



სოციალური მედიის ზეგავლენის აღქმა სტუდენტების მიერ
(თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მაგალითზე)

ლერი ჯიჯავაძე

სოციოლოგიის საბაკალავრო პროგრამა
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

E-mail: jjavadze63@gmail.com

აბსტრაქტი

სოციალური მედია XXI საუკუნის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. ის იქცა საერთო საერთაშორისო ტენდენციად, რომელმაც დედამიწის თითქმის ყველა ნაწილი მოიცვა. მსოფლიოს მასშტაბით, მასში აქტიურად არის ჩართული მილიარდობით ადამიანი. წლიდან წლამდე, ვითარდება ტექნოლოგიები, რაც კიდევ უფრო მეტად ამარტივებს სოციალური მედიის გამოყენებას. სტუდენტები გამორჩეულად იყენებენ მას და, როგორც ყოველდღიურობის ნაწილი, სოციალური მედია ზეგავლენას ახდენს და აისახება მათ ცხოვრებაზე. კვლევის განხორციელებისთვის გამოვიყენეთ თვისებრივი კვლევითი მიდგომა, კერძოდ, სიღრმისეული ინტერვიუსა და ფოკუს-ჯგუფის მეთოდები. სამიზნე ჯგუფს წარმოადგენდნენ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სტუდენტები. ჩვენი კვლევის მიზანია, დავადგინოთ, როგორ აღიქვამენ და რა ზეგავლენას ახდენს სოციალური მედია სტუდენტებზე, როგორ მოქმედებს სოციალური მედია სტუდენტთა აკადემიურ მოსწრებაზე, რა დამოკიდებულება აქვთ სტუდენტებს სოციალური მედიისადმი, რა დროს უთმობენ ისინი სოციალური მედიით სარგებლობასა და რომელ სოციალურ მედიაში არიან აქტიურად ჩართულნი. ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოიკვეთა სოციალური მედიის როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი მხარეები. დავადგინეთ, რა მიზეზებით ქმნიან სოციალურ მედიას სტუდენტები და რა ასაკიდან არიან ისინი მასში ჩართულნი, ასევე, დღის განმავლობაში რა დროს უთმობენ სოციალური მედიის გამოყენებასა და რომელი სოციალური მედია გამოირჩევა პოპულარობით.

საკვანძო სიტყვები: სოციალური მედია, სოციალური ქსელი, კიბერბულინგი, კონფიდენციალურობა.

შესავალი

დღევანდელ ინფორმაციულ ეპოქაში, სოციალური მედიის როლი განუხრელად იზრდება. შესაბამისად, მასში სხვადასხვა მიზნით (გართობა, სიახლეების გაგება თუ ახალი ადამიანების გაცნობა) უფრო მეტი ინდივიდი ერთვება. ბოლო წლების განმავლობაში, ინტერნეტის ხელმისაწვდომობის ზრდასთან ერთად, ეს პროცესი კიდევ მეტად დაჩქარდა. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ სოციალური მედია გამორჩეულად პოპულარულია ახალგაზრდებში. შესაბამისად, ბევრი ახალგაზრდა დამოკიდებული ხდება მასზე, რასაც მოსდევს საკუთარი თავის კონტროლის დაქვეითება და დაკარგვა. აღნიშნულმა ვითარებამ შეიძლება სერიოზული უარყოფითი ეფექტი მოახდინოს სტუდენტების ჯანმრთელობაზე, აკადემიურ მოსწრებაზე.

სოციალური მედიის დადებით მხარეებზე საუბრისას, უნდა აღვნიშნოთ, რომ იგი განათლების მიღების საშუალებად გვევლინება. მისი დახმარებით შესაძლებელია სხვადასხვა მასალის მოძებნა სახლიდან გაუსვლელად ან ონლაინ ლექციებზე დასწრება. მეტიც, კორონა ვირუსის პანდემიის ფონზე, სოციალური მედია იქცა განათლების მიღების საშუალებად. ისეთმა მედია პლატფორმებმა, როგორცაა Facebook, Instagram, Twitter და ა.შ., უგულებელყო მანძილის ცნება და ინტერაქცია უფრო ხელმისაწვდომი გახადა. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ იგი ინფორმირების გარდა რეკლამის მთავარ წყაროდ იქცა და შესაბამისად, კომპანიებს თავიანთი პროდუქციის პოპულარიზაციის შესაძლებლობა მიეცათ.

მიუხედავად უპირატესობებისა, სოციალური მედიის გავლენის უკონტროლო ზრდამ, კერძოდ, პირად ცხოვრებაში განუხრელმა შემოჭრამ, შესაძლოა სავალალო შედეგებამდე მიგვიყვანოს. მაგალითად, სოციალურ ქსელში გადამეტებული ინფორმაციის გაზიარებამ შესაძლოა მომხმარებელი ჰაკერების სამიზნედ აქციოს. ხშირია კიბერბულინგის შემთხვევებიც, რაც უარყოფითად აისახება ინდივიდების ფსიქოლოგიაზე. მნიშვნელოვანია, ყურადღება გავამახვილოთ ადიქციაზე/ დამოკიდებულებაზე, რომელიც სოციალურ ქსელების ხშირი მოხმარებით არის გამოწვეული. გემოაღნიშნული ხელს უშლის სტუდენტის აკადემიურ მოსწრებასაც, რამდენადაც ისინი სწავლის ნაცვლად სოციალურ ქსელში ხარჯავენ დროს. ამასთან უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ სოციალური მედია ყალბი ახალი ამბების ანუ ე.წ. “Fake News“-ების გავრცელებისა და ინდივიდებზე მანიპულირების ერთ-ერთ მთავარ მექანიზმადაც იქცა.

კვლევები ცხადყოფს, რომ ყოველწლიურად იზრდება სოციალური მედიისა და ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვი, რაც მიუთითებს მისი როლისა და გავლენის ზრდაზე.

კემპის 2020 წლის ანგარიშის მიხედვით (Kemp, 2020):

- მთელ მსოფლიოში ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვი 4,54 მილიარდამდე გაიზარდა, რაც 7 პროცენტით მეტია (298 მილიონი ახალი მომხმარებელი) 2019 წლის იანვართან შედარებით.
- მსოფლიოში, 3.8 მილიარდი ადამიანი სოციალური მედიის მომხმარებელია 2020 წლის იანვარში, გასული წლის ამ პერიოდის შემდეგ ეს რიცხვი 9 პროცენტით გაიზარდა (321 მილიონი ახალი მომხმარებელი).
- გლობალურად, ახლა 5.19 მილიარდზე მეტი ადამიანი იყენებს მობილურ ტელეფონებს, გასული წლის მონაცემებით, მომხმარებლის რიცხვი 124 მილიონით (2.4 პროცენტით) გაიზარდა.

Facebook-ი აყალიბებს სოციალური მედიის ლანდშაფტს დაარსების დღიდან და მუდმივად ვითარდება მომხმარებლის მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. სმიტისა და ანდერსონის კვლევის მიხედვით, ყოველთვიურად 2.32 მილიარდზე მეტი აქტიური მომხმარებელი ჰყავს Facebook-ს, ის რჩება ყველაზე ფართოდ გამოყენებულ სოციალურ მედია პლატფორმად (Smith & Anderson, 2018). საინტერესოა, რომ ეს სოციალური ქსელი მსოფლიოში პირველია, რომელმაც 2012 წელს 1 მილიარდ მომხმარებელს გადააჭარბა. რაც შეეხება საქართველოს, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის 2019 წლის მონაცემების მიხედვით, ინტერნეტით უზრუნველყოფილია საქართველოს შინამეურნეობების 79.3 პროცენტი და აქედან 96% ინტერნეტს სოციალური ქსელებისთვის იყენებს (საქსტატი, 2019).

ლიტერატურის მიმოხილვა

სოციალური მედიისთვის კონკრეტული დეფინიციის მინიჭება საკმაოდ რთულია, როგორც ჯაკა და სკოტი, ამტკიცებენ, „არ არსებობს ერთიანი აღიარებული განმარტება სოციალური მედიისა“ (Jacka & Scott, 2011). ამასთან, ზოგიერთმა მკვლევარმა, ეს ფენომენი სხვადასხვა პერსპექტივაში განმარტა გასული წლების განმავლობაში. „ინტერნეტზე დაფუძნებული პროგრამების ჯგუფი, რომელიც ემყარება Web2.0-ის ტექნოლოგიურ და იდეოლოგიურ საფუძვლებს, რაც საშუალებას იძლევა შექმნას და გაცვალოს მომხმარებლის მიერ შემუშავებული შინაარსი“ (Kaplan & Haenlein, 2010). Web2.0, წარმოადგენს მეორე თაობის ქსელს, რომელიც პირველი თაობის ინტერნეტზე განვითარებული დონეა.

ოქსფორდის ლექსიკონი, სოციალურ მედიას განსაზღვრავს, როგორც „ვებსაიტები და პროგრამები, რომლებიც გამოიყენება სოციალური ქსელისთვის“ (Oxford dictionary, 2010).

სოციალური მედია შემდეგნაირადაც განიმარტება: „კომუნიკაციის არხი, რომელიც ძალიან პოპულარულია, სწრაფი და ფართო, აღიარებული, როგორც ეფექტური, რომელსაც ენდობა მილიარდობით ადამიანი, შინაარსის გასაზიარებლად და აღმოსაჩენად, ინდივიდების, ბრენდების, ინფორმაციისა და გართობის შესახებ“ (Dearborn, 2014).

ამრიგად, ყველა ამ განმარტებას ერთი საერთო აქვს, სოციალური მედია განიხილება, როგორც ინტერნეტის საშუალებით ადამიანებს შორის კომუნიკაციის მთავარი წყარო.

სოციალურ მედიას საფუძველი 1990-იანი წლების ბოლოს ჩაეყარა პირველი აღიარებული სოციალური მედიის ქსელით "Six Degrees", რომელიც 1997 წელს შეიქმნა და ამ ტექნოლოგიამ საშუალება მისცა საზოგადოებას შეექმნათ პროფილი და კომუნიკაცია ჰქონოდათ სოციალური ქსელის სხვა მომხმარებლებთან. ამ ეპოქას მოჰყვა სოციალური მედიის განვითარება და დღესათვის უამრავი სოციალური ქსელი არსებობს, რომლებიც ადგილობრივი თუ საერთაშორისო გამოყენებისთვის არის შექმნილი.

კაპლანი და ჰაენლაინი, სოციალური მედიის 6 კატეგორიას გამოყოფენ:

1. კოლაბორაციული პროექტები (Wikipedia)
2. ბლოგები და მიკრო ბლოგები (Twitter)
3. შინაარსობრივი კომუნიკაციები (Youtube)
4. სოციალური ქსელები (Facebook, BB chat)
5. ვირტუალური თამაშის სამყარო (word of war craft)
6. ვირტუალური "მეორე" სამყარო (second life) (Kaplan & Haenlein, 2010).

სოციალური მედიის ეს კლასიფიკაცია გამოსადეგია მარტივი იდენტიფიკაციისთვის და შესწავლისთვის, მაგრამ დღეს სოციალური მედიის მაღალი გავრცელებისა და მისი ახალი სახეობების ჩამოყალიბების ფონზე შეიძლება სირთულეებს წავანყდეთ. XXI საუკუნეში ამ სწრაფ განვითარებას ხელს უწყობს ტექნოლოგიური პროგრესი (Heyam, 2014). სოციალური მედიით კაცობრიობამ უდიდესი სარგებელი მიიღო, იღებს და მომავალშიც ასე გავრძელდება.

დღეს სოციალურმა მედიამ შეიძინა ახალი განზომილება და მობილური ტელეფონების დანერგვამ ხელი შეუწყო, ადამიანების კიდევ უფრო დიდი ნაწილი ჩართულიყო მასში, ვინაიდან, ისინი მხარს უჭერენ და უზრუნველყოფილნი არიან სოციალური ქსელების პროგრამებით. კვლევის მიხედვით, რომლის სათაურია „მობილური სოციალური ქსელები და სოციალური პრაქტიკა“, სოციალური ქსელის პროგრამები კომპიუტერული სივრციდან გადავიდა მობილურ ტელეფონებზე, ქსელის ინფორმაცია და კომუნიკაცია შეიძლება ინტეგრირდეს საზოგადოებრივ სივრცეში და ეს ახალი სერვისები, რომლებიც შემუშავებულია მობილური ტელეფონებისთვის, მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს მარტივად შექმნან, განავითარონ და განამტკიცონ თავიანთი სოციალური კავშირები (Humphreys, 2007).

სტუდენტების აკადემიური ცხოვრება სოციალური მედიის დანერგვის შემდეგ ტრანსფორმირდა. რამდენიმე კვლევამ დაადასტურა, რომ სოციალური მედია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სტუდენტების უმაღლეს განათლებაში (Wheeler, Yeomans & Wheeler, 2008) (Rifkin, Longnecker, Leach & Orta, 2009). ავტორებმა შეისწავლეს სოციალური მედიის გამოყენების ოთხი ძირითადი უპირატესობა სტუდენტების უმაღლეს განათლებასთან დაკავშირებით, რომლებიც მოიცავდა: ურთიერთობების გაღრმავებას, სასწავლო მოტივაციის გაუმჯობესებას, პერსონალურად

შემუშავებული მასალის შეთავაზებასა და თანამშრომლობის შესაძლებლობების განვითარებას. მართლაც, სოციალურმა მედიამ უდიდესი წვლილი შეიტანა განათლებაში, დღევანდელ სამყაროში. სტუდენტების მაღალი პროცენტი, მათ შორის სადოქტორო დონეზე, სოციალურ მედიას სწავლის გასაუმჯობესებლად იყენებენ (Khan, 2010).

სოციალური მედია, როგორც საგანმანათლებლო ინსტრუმენტი, ამდიდრებს სწავლის მეთოდებს. იგი საშუალებას აძლევს როგორც სტუდენტებს, ისე ლექტორებს, ერთმანეთს დაუკავშირდნენ ახალი და ძალიან საინტერესო გზებით, რაც ხელს უწყობს მოქნილ რეჟიმში მუშაობას. იგი ხელს უწყობს სწავლის სხვადასხვა სტილის, მათ შორის, ელექტრონული სწავლების გამოყენებას, რომელსაც დღეს დიდი მხარდაჭერა აქვს მსოფლიოში (Pappas, 2013). სხვა მეცნიერები, ო'კიფე და კლეიკ-პირსონი, მათი კვლევის საფუძველზე, აღნიშნავენ, რომ სოციალური მედიის საშუალებით, სტუდენტები ერთმანეთს უკავშირდებიან დავალებებისა და საკლასო პროექტების გასაზიარებლად (O'keeffe & Clake-pearson, 2011). სოციალური მედიის საშუალებით სტუდენტებმა განავითარეს ლექსიკა, გააუმჯობესეს თავიანთი წერის უნარები და შეამცირეს ორთოგრაფიული შეცდომები (Yunus & Salehi, 2012).

სოციალური მედია ახალ შესაძლებლობებს ქმნის სტუდენტებისთვის. ისინი საოცრად ეფექტურია ადამიანებთან დასაკავშირებლად და მათ შორის ინფორმაციის გაცვლისათვის (Arquero & Esteban, 2013). სოციალური მედიის დანერგვის შემდეგ, საგანმანათლებლო სექტორის შესაძლებლობები გაიზარდა (Selwyn, 2007).

დეივისმა და კრანსტონმა, ჩამოთვალეს სოციალურ ქსელთან დაკავშირებული ზოგიერთი რისკი, რაც მოიცავდა დანაშაულებრივ ქმედებებს, როგორცაა პირადობის მონუმობის მოპარვა და ყალბი კონტაქტები, რაც დღეს საკმაოდ გავრცელებულია, სექსუალური ძალადობა ან შევიწროება, ასევე შეუსაბამო რეკლამები (Davies & Cranston, 2008). ამავე თემაზე სხვა კვლევამ მოახდინა სოციალურ ქსელთან დაკავშირებული ზოგიერთი გამოწვევის იდენტიფიცირება, მათ შორის, ინტერნეტ შევიწროება, ე.წ. „სექსტინგი“, დეპრესია და კონფიდენციალურობის პრობლემა (O'keeffe & Clake-pearson, 2011). „სექსტინგი“ არის შეტყობინება, რომელიც შეიცავს სექსუალური ხასიათის ტექსტს, ვიდეოს ან ფოტოს.

კიბერბულინგი: კიბერბულინგი არის ბულინგის კატეგორია, რომელიც მიმდინარეობს ციფრულ სფეროში ან ელექტრონული ტექსტების საშუალებით. „ეს არის ნებისმიერი ქცევა, რომელიც ხორციელდება ელექტრონული ან ციფრული მედიის საშუალებით, ინდივიდის ან ჯგუფების მიერ, რომელიც ავრცელებს მტრულ ან აგრესიულ შეტყობინებებს, რათა ზიანი მიაყენონ ან შეუქმნან დისკომფორტი სხვებს (Tokunaga, 2010). კიბერბულინგი სერიოზული საფრთხეა სოციალურ მედიაში და მრავალი კვლევა ჩატარდა მისი მიზეზების დასადგენად. კიბერბულინგის მიზეზები, მნიშვნელოვნად არის დაკავშირებული პრაქტიკული აგრესიის გამოყენებასთან, ძალადობის დასაბუთებასა და მეგობრების ნაკლებად აღქმულ სოციალურ მხარდაჭერასთან (Calvete, Orue, Estevez, Villardon & Padilla, 2010).

კონფიდენციალურობის პრობლემები: საგანგაშოა ის ფაქტი თუ რა სიჩქარით, ვრცელდება ყალბი ინფორმაცია, რაც კიდევ უფრო ართულებს მის კონტროლს. ზოგიერთი სოციალური ქსელის მომხმარებლების პირადი ინფორმაცია საჭაროა, რომელსაც შემდგომში არაკეთილსინდისიერი მიზნებისთვის იყენებენ. სოციალური ქსელების საიტები (SNS) მის მომხმარებლებს კონფიდენციალურობის დაცვის საშუალებას არ აძლევს (Preibusch, Hosier, Gurses & Berendt, 2007).

ამ ეფექტების გარდა, მეცნიერთა მიერ ჩატარებულმა სხვა კვლევებმაც დაადასტურა, რომ სოციალურ მედიას შეუძლია ზიანი მიაყენოს სტუდენტების აკადემიურ ცხოვრებას, თუ არ გამოვიჩინოთ სიფრთხილეს მისი გამოყენებისას. მაგალითად, კვლევის, რომლის სათაურია „უსაფრთხოების საჭიროება ახალგაზრდებს შორის სოციალური ქსელის საიტებზე“ დადგინდა, რომ სოციალური მედია გავლენას ახდენს სტუდენტების ლექსიკაზე. ისინი იყენებენ სიტყვების შემოკლებულ და გრამატიკულად არასწორ ფორმებს მეგობრებთან საუბრისას და გაუცნობიერებლად ეჩვენებენ წერის მსგავს სტილს და აკადემიურ სფეროებშიც იყენებენ მას. შეიძლება ითქვას, რომ ეს უმნიშვნელო გამოწვევაა, მაგრამ უნდა აღინიშნოს ამ შეცდომების ტირაჟირების მზარდი ტემპი, ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ ყურადღება არ გამახვილდება ამ საკითხზე, მსგავსი წერის სტილი შესაძლებელია ნორმალად კი ჩაითვალოს (Obi, Bulus, Adamu & Sala'at, 2012).

მეთოდოლოგია

კვლევის მიზანია, დავადგინოთ თუ როგორ აღიქვამენ რა ზეგავლენას ახდენს სოციალური მედია სტუდენტებზე. კვლევის ამოცანებია: რა ზეგავლენას ახდენს სოციალური მედია სტუდენტთა აკადემიურ მოსწრებაზე, რა დამოკიდებულება აქვთ სტუდენტებს სოციალური მედიისადმი, რა დროს უთმობენ ისინი სოციალური მედიით სარგებლობას და რომელ სოციალურ მედიაში არიან აქტიურად ჩართულნი.

აღნიშნული კვლევის ფარგლებში, გაანალიზდა, როგორც საერთაშორისო, ასევე, ადგილობრივი დოკუმენტები, ლიტერატურა და სტატისტიკური მონაცემები. კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სტუდენტებმა, მიზნობრივი შერჩევის საფუძველზე. კვლევის მიმდინარეობისას ონლაინ ჩატარდა 7 სიღრმისეული ინტერვიუ და ერთი ფოკუს-ჯგუფი. ჯამურად მონაწილეობდა 15 სტუდენტი. მათგან 8 სტუდენტი - ფოკუს-ჯგუფში და 7 სტუდენტი - სიღრმისეულ ინტერვიუში. გამოკითხულთა შორის 9 მდედრობითი და 6 მამრობითი სქესის წარმომადგენელი მონაწილეობდა.

ძირითადი შედეგები

ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუებიდან გამოიკვეთა, ყველა რესპონდენტი სხვადასხვა სოციალური მედიის მომხმარებელია, ამასთან ისინი ყველაზე ხშირად Facebook-ს იყენებენ.

კავშირი დადგინდა სტუდენტის GPA-სა და სოციალურ მედიაში დახარჯულ დროსთან შორის. ის სტუდენტები, რომლებიც აღნიშნავდნენ, რომ სოციალურ მედიას უთმობენ დიდ დროს, შედარებით დაბალი GPA აქვთ, ვიდრე იმ სტუდენტებს, რომლებიც უფრო ნაკლებ დროს ატარებენ სოციალურ მედიაში. ის რესპონდენტები, რომლებიც გაცილებით დიდ დროს უთმობენ სოციალურ მედიას, აღნიშნავდნენ, რომ გულისყურით არ ასრულებდნენ დავალებებს და მეტიც, ისინი ლექციების მიმდინარეობის პერიოდშიც კი იყენებენ სხვადასხვა სოციალურ მედიას.

რესპოდენტები მიუთითებენ, სოციალური მედიის დადებით მხარეებზე, კერძოდ სოციალური ქსელები მათ ეხმარებათ ინფორმაციის გაცვლაში, ყველა მათგანმა აღნიშნა, რომ არსებობს სხვადასხვა საგნის Facebook ჯგუფები, სადაც ერთმანეთს უზიარებენ სასწავლო მასალას, ბევრი ლექტორი თვითონ ქმნის ამგვარ ჯგუფს, შესაბამისად იგი სტუდენტსა და ლექტორს შორის კომუნიკაციის მთავარი საშუალებაა. ერთ-ერთმა რესპონდენტმა, სოციალური მედიის დადებით მხარედ დაასახელა, ინფორმაციის გავრცელების სისწრაფე. სოციალურ მედიას სტუდენტები, კონტაქტისა და ურთიერთობების შენარჩუნების უალტერნატივო საშუალებად ასახელებენ.

გლობალური პანდემიის პირობებში, რესპონდენტებმა ყურადღება გაამახვილეს სოციალური მედიის როლის ზრდაზე და მათთვის ის ერთადერთი ადგილია, სადაც თავისუფლად შეუძლიათ სხვა ადამიანებთან კავშირი.

საინტერესოა, თუ რა მიზეზით არიან სტუდენტები ჩართული სოციალურ მედიაში, ნაწილმა აღნიშნა, რომ დღევანდელი რეალობიდან გამომდინარე, შეუძლებელია, არ იყენებდე სოციალურ მედიას, კომუნიკაციის მთავარ საშუალებად სწორედ იგი იქცა და ძნელია თავი აარიდო მას, თუ გინდა აქტიურად გაეცნო სიახლეებს, ხოლო მეორე ნაწილმა მიზეზად სოციალური ქსელების გართობითი ფუნქცია დაასახელა.

ყურადღება უნდა გავამახვილოთ ერთ-ერთი რესპოდენტის პასუხზე. მისი აზრით, სოციალურ მედიას იმ მიზეზით იყენებენ, რომ შექმნან ყალბი სამყარო, სადაც საზოგადოებას მოაჩვენებენ თავს ისეთებად, როგორებიც უნდა იყვნენ, ეს შეიძლება მიაღწიონ ყალბი ინფორმაციით, მხოლოდ ბედნიერების გამომხატველი სტატუსებით და ა.შ. სხვა სტუდენტებიც, მიუთითებენ ამ პრობლემაზე. მათი აზრით, სოციალური მედია ქმნის კონკრეტულ სტანდარტებს, რომელიც თვითმეთვასებაზე აისახება და გსურს აკმაყოფილებდე ამ სტანდარტებს. ხშირია, „ინფლუენსერებზე“ მიბაძვა.

სტუდენტების უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ ისინი ვერ გრძნობენ უსაფრთხოდ თავს სოციალურ ქსელებში, რადგან შესაძლებელია შეაღწიოს მათ ანგარიშებში სხვა უცხო ადამიანმა და მათი კონფიდენციალური ინფორმაცია გახდეს ყველასთვის საჯარო.

აქცენტი ასევე გაკეთდა აკადემიური თვალსაზრისით სოციალური მედიის გამოყენებაზე. რესპოდენტების უმრავლესობის აზრით, სოციალური მედია და ზოგადად ინტერნეტ სივრცე, მათ ეხმარებათ სხვადასხვა ლიტერატურის მოპოვებაში და ბიბლიოთეკაში ძებნაზე მეტად, ურჩევნიათ სწორედ ამ მეთოდის გამოყენება, რომელიც უფრო სწრაფი და მარტივია, ასევე, არ ითვალისწინებს ზედმეტ ხარჯებს.

საყურადღებოა, თუ რა ასაკიდან იყენებენ სტუდენტები სოციალურ ქსელებს. კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით აღმოჩნდა, რომ სრული უმრავლესობა ბავშვობიდან აქტიურად იყენებს მათ, საშუალოდ 11-12 წლიდან. რესპოდენტებმა ისაუბრეს ასევე პირისპირ ურთიერთობის ნაკლებობაზე, რაც, მათი აზრით, სწორედ სოციალური ქსელებითაა გამონეული, ის ერთგვარ წინააღმდეგობად არის ქცეული ასეთი ურთიერთობისთვის, რესპოდენტებმა დააფიქსირეს მოსაზრება, რომ ონლაინ სივრცე იმდენად ზემოქმედებს მათზე, ფაქტობრივად, კომუნიკაციის პირველწყაროდ სწორედ ის ესახებათ და საერთოდ არ თვლიან საჭიროებას პირისპირი ურთიერთობისა, ერთმა სტუდენტმა ამგვარ ფაქტორს გაუცხობა უწოდა. რესპოდენტმა ასოციალურობის გამომწვევ მიზეზად დაასახელა სოციალური მედია.

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ სოციალურ მედიას დღეში დაახლოებით 5-6 საათს უთმობენ, რაც საბოლოოდ, მათივე თქმით, ცუდად აისახება მეცადინეობის პროცესზე. ერთ-ერთმა რესპოდენტმა აღნიშნა: “ზოგჯერ მინდა მოვწყდე სოციალურ მედიას და ვიმეცადინო, თუმცა ის იმდენად ჩამთრევია, რომ მიჭირს ამის გაკეთება“.

სტუდენტებს შევეკითხეთ, თუ რა არის მათი სოციალურ მედიაში აქტიურობის მიზეზი, მათ ერთხმად დააფიქსირეს, რომ წარმოუდგენელია სოციალური მედიის გარეშე აქტიური კავშირი გქონდეს სხვა ადამიანებთან და როცა ხედავენ თუ როგორ იყენებენ მას მათ გარშემო, სურვილი აქვთ მასში ჩართულობისა.

აღსანიშნავია, რომ სტუდენტებმა ყურადღება სოციალური მედიის დადებითი მხარეებზეც გაამახვილეს. ერთ-ერთი რესპოდენტი აღნიშნავს, რომ „სოციალური მედიის, კერძოდ, სოციალური ქსელების მეშვეობით აქტიური კავშირი მაქვს ოჯახის წევრებთან, რომლებიც სხვა ქალაქში იმყოფებიან და ფეისბუქი მეხმარება დავძლიოთ მონატრება“, ხოლო მეორე რესპოდენტის თქმით, „რეალურად სოციალური მედიის დახმარებით, გავიცანი ბევრი ადამიანი სხვა ქვეყნებიდან და მათთან კონტაქტი ჩემთვის საინტერესოა“.

ფოკუს-ჯგუფის წევრებს შევეკითხეთ, თუ რაზე უთქვამთ უარი, სოციალური მედიაში დროის გატარების სანაცვლოდ, ერთ-ერთმა რესპოდენტმა აღნიშნა, „ოჯახთან ერთად უნდა გამეტარებინა დრო, მივდიოდით კინოში და მე იმდენად ვიყავი სოციალურ მედიაში გართული, საერთოდ უარი ვთქვი წასვლაზე“. რესპოდენტების აზრით, ცხოვრება მოსაწყენია სოციალური მედიის გარეშე და ის მათთვის მთავარი გასართობი საშუალებაა.

სტუდენტებს მიაჩნიათ, რომ თუ დავანესებთ ყოველდღიურ ლიმიტს, თუ რამდენი ხანი უნდა დავხარჯოთ დღეში სოციალურ მედიაში, შესაძლებელი იქნება ვაკონტროლოთ დრო, რაც ჩვენს ყოველდღიურობაზე ნაკლებად მოახდენს უარყოფით გავლენას .

დასკვნა

ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ სოციალური მედია უარყოფითად მოქმედებს სტუდენტების აკადემიურ მონსრებაზე, კერძოდ, ის ხელს უშლის სტუდენტებს გამოყონ დრო მეცადინეობისთვის. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ისინი ლექციების დროს, სოციალურ მედიაში ყოფნის გამო, კონცენტრაციას ვერ ახდენენ უშუალოდ ლექციაზე. სტუდენტები, რომლებიც სოციალურ მედიას უთმობენ დიდ დროს, შედარებით დაბალი GPA აქვთ, ვიდრე იმ სტუდენტებს, რომლებიც უფრო ნაკლებ დროს ატარებენ სოციალურ მედიაში.

სტუდენტებს სოციალური მედიის მიმართ, როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი დამოკიდებულება აქვთ და გამოყოფენ სოციალური მედიის დადებით და უარყოფით მხარეებს. სოციალური მედიის ერთ-ერთ მთავარ უარყოფით მიზეზად დასახელდა კონფიდენციალურობის პრობლემა, რასაც სხვა კვლევებაც ადასტურებს, რომ ზოგიერთი სოციალური ქსელის მომხმარებლების პირადი ინფორმაცია საჭაროა, რომელსაც შემდგომში არაკეთილსინდისიერი მიზნებისთვის იყენებენ (Preibusch, Hoser, Gurses & Berendt, 2007).

კვლევის შედეგად, გამოიკვეთა სოციალური მედიის დადებითი მხარეები: სოციალური მედია ხელს უწყობს სტუდენტებს სხვადასხვა სალექციო კურსის შესახებ ინფორმაციის გაცვლაში, როგორც ერთმანეთში, ასევე ლექტორებს შორისაც, რასაც სხვა საერთაშორისო კვლევაც ადასტურებს, სადაც საუბარია ელოქტრონულ სწავლებაზე, როგორც სწავლების ახალ მეთოდზე (Pappas, 2013). სოციალური მედიის მეშვეობით სტუდენტები სწრაფად და მარტივად პოულობენ მათთვის საჭირო ლიტერატურას; სოციალური მედიის დახმარებით, სტუდენტებს შეუძლიათ იკონტაქტონ მათგან შორს მყოფ ოჯახის წევრებთან, ასევე მეგობრებთან; აღსანიშნავია, სოციალური მედიის დახმარებით ინფორმაციის გავრცელების სისწრაფე.

სტუდენტები აქტიურად არიან ჩართულნი სოციალურ მედიაში 11-12 წლის ასაკიდან, ხოლო ყველაზე დიდი პოპულარობით Facebook-ი გამოირჩევა. საშუალოდ, სტუდენტები დღეში 5-6 საათს უთმობენ სოციალურ მედიას.

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალურ მედიას არაერთი დადებითი მხარე აქვს, სტუდენტები მას დიდ დროს უთმობენ, რაც საბოლოოდ, უარყოფითად ისახება მათ აკადემიურ შედეგებზე. აქედან გამომდინარე, საჭიროა სტუდენტების მიერ სოციალურ მედიაში დახარჯული დროის კონტროლი. აღსანიშნავია, ის ფაქტიც, რომ კონფიდენციალურობის პრობლემა ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევად რჩება სოციალური მედიისა და აუცილებელია დაცვის მექანიზმების გაძლიერება.

ბიბლიოგრაფია:

საქსტატი, (2019). საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება შინამეურნეობებში https://www.geostat.ge/media/26764/ICT_Release_2019-%28Geo%29.pdf

Arquero, J. L., & Esteban, R., (2013). Using social network sites in Higher education: an experience in business studies. *Journal of innovations in education and teaching international*.

Calvete, E., Orue, I., Estevez, A., Villardon, L., & Padilla, P. (2010). Cyberbullying in adolescents: Modalities and aggressors profile. *Computers in Human Behavior*

Davies, T., & Cranston, P. (2008). Youth work and social Networking. Final research report. How youth can work best to support young people to navigate the risks and make the most of the opportunities of online social networking? National youth agency and research. Retrieved from <http://www.nya.org.uk/resource/youth-work-social-networking>

Dearborn, E., (2014). My official definition of social media. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/20140929215745-47165795>.

Humphreys, L., (2007). Mobile Social Networks and Social Practices. A case study of Dodgeball. Journal of computer and mediated communication.

Heyam, A. A., (2014). The influence of social networks on students' academic performance. Journal of Emerging Trends in Computing and information Sciences, 5. ISSN 2079- 8407 Retrieved from <http://www.cisjournal.org>.

Jacka, M., & Scott, P.R., (2011). Auditing social media: A governance and risk guide. ISSN: 978-1-118-06175-6. Retrieved from eu.wiley.com/WileyCDA/wileyTitle/productCd118061756.html.

Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite: The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1)59-68.

Kemp, S. (2020). Digital 2020: Global Overview Report. Retrieved from [https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#:~:text=Worldwide%2C%20there%20are%203.80%20billion,percent\)%20over%20the%20past%20year](https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#:~:text=Worldwide%2C%20there%20are%203.80%20billion,percent)%20over%20the%20past%20year)

Khan, S., (2010). Impact of social networking websites on students. Abasyan journal of social sciences, 5 (2). 56-75. Retrieved from www.irjims.com

Obi, N.C., Bulus, L.D., Adamu, G.M., & Sala'at, A.B. (2012). The need for safety consciousness among Youths on social Networking Sites. Journal of Applied Science and management (JASM), 14 (1)

O'Keeffe, G. S., & Clarke-pearson, K.C., (2011). The impact of social media on children, Adolescents and families. American Academy of Pediatrics. Retrieved from pediatrics.aappublications.org

Pappas, C., (2013). The role of social media in E-learning. Retrieved from <http://elearningindustry.com/role-of-social-media-in-elearning>

Preibusch, S., Hoser, B., Gurses, S. & Berendt, B. (2007). Ubiquitous social networksoportunities and challenges for privacy- aware user modelling. Proceedings of workshop on data mining for user modeling. Corfu, Greece. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org>

Rifkin, W., Longnecker, N., Leach, J., & Ortia, L. (2009). Motivate students by having them publish in new media: an invitation to Science Lecturers to share and test. A paper presented at the motivating Science Undergraduates: Ideas and Interventions, UniServe Science Proceedings. Retrieved from citeseerx.ist.psu.edu

Selwyn, N., (2007). The use of computer technology in University teaching and Learning: a critical perspective. *Journal of computer assisted learning* 23(2)

Smith, A . & Anderson, M. (2018). Media use in 2018. Retrieved from

<https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>

The Oxford dictionary, (2011). Definition of social media. Retrieved from <http://en.oxforddictionaries.com/definition/social-media>.

Tokunaga, R.S (2010). Following you from home: a critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computer Human Behavior*, 26(3).

Wheeler, A., Yeomans, P., & Wheeler, D. (2008).The good, the bad and the Wiki: Evaluating student-generated content for collaborative learning. *British Journal of Educational Technology*, 39(6), 987-995

Yunus, M., & Salehi, H., (2012). The effectiveness of Facebook groups on teaching and improving writing: students' perceptions. *International journal of education and information Technologies*, 6. Retrieved from [research.iaun.ac.ir>pdfs>paperM-778](http://research.iaun.ac.ir/pdfs/paperM-778).