

გლობალიზაცია და სოციალური მედია

მარიამ მექვაბიშვილი

საქართველოს ტექნიკური
უნივერსიტეტის დოქტორანტი
mariam.meqvabishvili@gmail.com

სტატია ეძღვნება თანამედროვე მსოფლიოს ორ ურთიერთმჭიდროდ გადაჯაჭვულ უდიდეს მოვლენას – გლობალიზაციას და სოციალურ მედიას. დღეს ყველა აღიარებს, რომ მსოფლიო „მოიცვა“ გლობალიზაციამ საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში – ეკონომიკა, პოლიტიკა, კულტურა, იდეოლოგია, რელიგია და ა.შ. – საერთო ეკონომიკური გლობალიზაციის საფუძველზე ყველა სფერო მოხვდა გლობალიზაციის გავლენის ქვეშ.

ამ პროცესს მნიშვნელოვანწილად შეუწყო ხელი მედიის განვითარებამ, რომელმაც ინტერნეტის საშუალებით პრაქტიკულად შესაძლებელი გახადა ნებისმიერი ინფორმაციის მყისიერი გადაცემა – მიღება მსოფლიოს ყველა კუთხეში, რამაც ფაქტობრივად მოხსნა დროისა და მანძილის პრობლემა. მედიაში ინფორმაციის ელექტრონულ საშუალებებზე გადასვლამ ფუნდამენტურად შეცვალა საინფორმაციო და საკომუნიკაციო პროცესების ტრადიციული საზღვრები.

მასობრივი კომუნიკაციის თანამედროვე საშუალებები (მკს) ქმნის ახალ საინფორმაციო რეალობას – სოციალურ მედიას, რომელიც უმნიშვნელოვანეს გავლენას ახდენს თანამედროვე საზოგადოების ტრანსფორმაციის პროცესებსა და გლობალური საზოგადოების ფორმირებაზე. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს პოლიტიკურ პროცესში ადგილობრივ და გლობალურ დონეზე დიდი ადგილი უჭირავთ. მსოფლიოში სივრცის და დროის გაფართოების პირობებში თანამედროვე მკს-ს წყალობით იქმნება სოციალური კომუნიკაციების ახალი მოდელები. ინტერნეტის დახმარებით დაიწყო ინფორმაციული გლობალიზაცია და აღმოცენდა ერთიანი პლანეტარული საინფორმაციო სივრცე. სწორედ გლობალიზაციით განპირობებული ტექნოლოგიური ძვრების, კომუნიკაციების განვითარების და საინფორმაციო რევოლუციის ბაზაზე ჩამოყალიბდა სოციალური მედიაც, რომელმაც, თავის მხრივ, თვისობრივად შეცვალა თანამედროვე ადამიანის ცხოვრება.

საკვანძო სიტყვები: გლობალიზაცია, ინტერნეტი, სოციალური მედია, სოციალური ქსელები.

გლობალიზაცია, როგორც მსოფლიო მოვლენა

გლობალიზაცია, როგორც ცნობილია, წარმოადგენს მსოფლიოს ყველა ქვეყანასა და რეგიონში მიმდინარე სოციალურ-ეკონომიკური, პოლიტიკური, კულტურული მეცნიერულ-ტექნიკური და ა.შ. პრობლემის უნიფიკაციას.

ამის შედეგად მსოფლიო უფრო მეტად ხდება დაკავშირებული და უფრო მეტად დამოკიდებული ყველა თავის სუბიექტზე მთლიანობაში. ამ პროცესში მედია არის ის ფაქტორი, რომელიც უდიდეს გავლენას ახდენს გლობალურ პროცესებზე და ამავე დროს - წარმოადგენს ინფორმაციული ნაკადების უმთავრეს არხს, რომელიც, თავის მხრივ, მსოფლიოში ჩამოყალიბებული ურთიერთკავშირის სისტემის განვითარება-სრულყოფას უწყობს ხელს.

თანამედროვე ცივილიზაცია გიგანტური ნაბიჯებით მიემართება ზოგად-პლანეტარული ერთიანობისაკენ და ჩვენ თვალწინ ყალიბდება სრულიად ახალი საზოგადოება, რომელიც გლობალიზაციის პროცესის პირდაპირი შედეგია.

გლობალიზაცია რთული და მრავალნაზხნაგოვანი მოვლენაა. ის ზემოქმედებს საზოგადოებრივი ცხოვრების თითქმის ყველა სფეროზე – პოლიტიკაზე, ეკონომიკაზე, კულტურაზე, იდეოლოგიაზე, რელიგიაზე და ა.შ.

“Globe” ინგლისური სიტყვაა და გლობუსს ნიშნავს, ხოლო “Global” – მსოფლიოს, გლობალურს. გლობალიზაციის მსგავსია „მონდიალიზაცია“, რომელიც წარმოადგება ფრანგული სიტყვისაგან “Monde” და ნიშნავს მსოფლიოს.

ტერმინ „გლობალიზაცია“ მრავალნაირად განმარტავენ, რომლის წარმოშობა უკავშირდება ამერიკელი სოციოლოგის თ. ლევიტის სახელს. მან ეს ტერმინი პირველად 1983 წელს სტატიაში გამოიყენა (ე. მექვაბიშვილი, 2009, გვ. 10).

საერთაშორისო სავალუტო ფონდის ვერსიით, გლობალიზაცია არის ქვეყნების ურთიერთობის გაფართოება მთელ მსოფლიოში მომსახურების, საქონელბრუნვისა და კაპიტალბრუნვის ზრდისა და მრავალფეროვანი ტრანზაქციების შედეგად ტექნოლოგიების სწრაფი გავრცელების ფონზე; ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) ვერსიით – გლობალიზაცია არის ქვეყნების ურთიერთობათა გაფართოება, რაც განაპირობებს ვაჭრობის, ფინანსების, ადამიანებისა და იდეების ინტეგრაციის ზრდას მთელ გლობალურ ბაზარზე; პიტერ ჰაგეტის მიხედვით (P. Hagget, 2005) Geography: a Global Synthesis, 2005, ეს არის პროცესი, რომლის შედეგადაც მოვლენები, აქტივობა და გადაწყვეტილებები, მიღებული მსოფლიოს ერთ წერტილში, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მოშორებით მცხოვრებ მოსახლეობაზე/თემებზე.

ზოგიერთი მეცნიერი თვლის, რომ სამყაროს ერთიანობის იდეა, რომელიც საფუძვლად უდევს გლობალიზაციის თანამედროვე გაგებას, უძველეს დროში წარმოიშვა (მექვაბიშვილი ე. 2009). მკვლევარების აზრით, კაცობრიობის ისტორია იწყება შუა აღმოსავლეთში დაახლოებით 5 ათასი წლის წინათ. პერიოდიზაციას ექვემდებარება ბოლო 3 ათასი წლიდან დაწყებული ისტორია და გამოიყოფა 3 პერიოდი: პირველი-ძველი (არქაული), ანუ 3000-1000 წლები ჩვენს ერამდე; მეორე – კლასიკური, ანუ 1000 წ. ძვ. წ.-დან – 1000 წლამდე ახალი წელთაღრიცხვით; მესამე – თანამედროვე, ანუ 1000 წლიდან ახალი წელთაღრიცხვით.

ამერიკელი ისტორიკოსი ჯ. მოდელსკი მიიჩნევს, რომ სწორედ მესამე პერიოდთან არის შესაძლებელი მსჯელობა „მსოფლიო სისტემის, როგორც გლობალური ერთიანობის ჩამოყალიბებაზე, რომელიც მომავალში სრულად უნდა განვითარდეს“ (Модельски, 2005, с. 32). ისტორიული თვალსაზრისით, გლობალური მმართველობის არქეტიპად შეიძლება ჩაითვალოს კლასიკურ პერიოდში მეფეების – დარიოსისა და ალექსანდრე მაკედონელის იმპერიები, ხოლო ისტორიულად თანამედროვე პერიოდის გლობალური მმართველობის პრაქტიკას უკავშირებენ X საუკუნეში ჩინეთის მმართველი დინასტიის – სინის სახელს (დაახლოებით ახ. წ. აღრიცხვის 1000 წ.), თუმცა, ადამიანის განვითარების შესახებ გაეროს მიერ მომზადებულ მოხსენებაში გლობალიზაციის საწყის ეტაპად მიჩნეულია პერიოდი XVI საუკუნის ბოლოდან XIX საუკუნის ბოლომდე.

გლობალიზაციის მკვლევარი, მეცნიერი ს. მიცეკი თვლის, რომ გლობალიზაცია დაიწყო XIX- XX საუკუნეების მიჯნაზე და შეფერხდა 1914 წლიდან 1950 წლამდე პერიოდში ორი მსოფლიო ომის გამო (Мицек, 2002) პროფ. ზ. დავითაშვილის აზრით, „გლობალიზაცია თანამედროვე ფენომენია, დღევანდელ სიტუაციას ასახავს და მისი გამოყენება სხვა ისტორიული ეპოქების მიმართ გამართლებული ვერ იქნება“ (დავითაშვილი ზ. 2008).

ვფიქრობთ, რომ „XIV-XVI საუკუნეებიდან დაწყებული, გასული საუკუნის 80-90-იან წლებამდე კაცობრიობის მიერ განვლილი პერიოდი შეიძლება განხილულ იქნეს როგორც გლობალიზაციის მოსამზადებელი ეტაპი.“ ამ დროის განმავლობაში მრავალი მოვლენა და პროცესი განვითარდა, რამაც ხელი შეუწყო გლობალიზაციის პროცესის დაწყებას.

თუკი უფრო ჩავუღრმავდებით გლობალიზაციის პროცესს, აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ეკონომიკური გლობალიზაცია, რომელიც საფუძველთა საფუძველთა ყველა სხვა სახის გლობალიზაციისა. თუმცა აქ არ შევჩერდებით ამ საკითხზე. ჩვენი მიზანია განვიხილოთ გლობალიზაციისა და სოციალური მედიის ურთიერთკავშირის პრობლემა.

გლობალიზაცია მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ადამიანზე. ერთი მხრივ, არნახულად ვითარდება სატრანსპორტო-კომუნიკაციური საშუალებები, რომელთა გამოყენებითაც ტერიტორიულად, თუნდაც მნიშვნელოვნად დაშორებული ადამიანები ადვილად ამყარებენ ერთმანეთთან კონტაქტს. სწორედ გლობალიზაციის შედეგია ის, რომ ადამიანი ნაკლებადაა შეზღუდული ლოკალური სივრცით (ოჯახი, კუთხე, რეგიონი, ქვეყანა) და თავს წარმოიდგენს მსოფლიო მოქალაქედ.

გლობალიზაცია ასევე მნიშვნელოვნად აფართოებს ადამიანის აზროვნების ჰორიზონტს, მის თვალსაწიერს, წარმოდგენებს, იქიდან გამომდინარე, რომ მუდმივად იძლევა ფართო მასშტაბის ინფორმაციას. ადამიანი მუდმივად იმყოფება მსოფლიო მასშტაბით მიმდინარე მოვლენების კურსში (Кастельс, 2000).

ამასთანავე, გლობალიზაცია განაპირობებს საზოგადოებრივი ცხოვრების ვირტუალიზაციას და ფრაგმენტიზაციას. ინტერნეტის მასობრივი გამოყენება ადამიანებს ამორებს რეალური პროცესებისაგან და აუცხოებს ერთმანეთისა-

გან. ადამიანი შთაინთქმება ვირტუალური სამყაროს მიერ და მასზე დამოკიდებული სუბიექტი ხდება. ასეთ პირობებში საზოგადოებრივად აღიარებულ მორალურ-ზნეობრივ ნორმებსა და იურიდიულ წესებს ცალკეული ვირტუალური ჯგუფების შიგნით არსებული ქცევის წესები ენაცვლება. სწორედ სხვადასხვა სოციალური ქსელის საშუალებით უკავშირდებიან ადამიანები ერთმანეთს, რაც საბოლოოდ ქმნის ერთიან სოციალურ სივრცეს და აყალიბებს სოციალურ მედიას.

გლობალური სამყაროს დაბადებამ გარდაუვლად გამოიწვია გლობალური მედიის წარმოშობა, მათ შორის ბექდური მედიისაც. ისინი ცოტაა, მაგრამ მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ მედიაში. Wall Street Journal, Financial Times, USA Today, International Herald Tribune არ არიან მხოლოდ გიგანტური გაზეთები, ისინი გლობალური ბრენდები არიან. ისინი მსოფლიოსთან ინგლისურ ენაზე ლაპარაკობენ. არ არსებობს „გლობალური მასშტაბის“ გაზეთები სხვა ენებზე და ჯერ-ჯერობით მათი გამოჩენა მოსალოდნელი არც არის. ასეთი „გულივერები“ არც შეიძლება იყოს ბევრი. ისინი მსოფლიო საზოგადოების ერთგვარი შუქურები არიან.

აქვე აუცილებლად უნდა ვიმსჯელოთ ინტერნეტზე, რომლის გარეშეც შეუძლებელი იქნებოდა სოციალური მედიის წარმოშობა და ჩამოყალიბება.

ინტერნეტი (ინგლ. Internet; „International Net“ – საერთაშორისო ქსელი) – ნიშნავს ერთმანეთზე მიერთებული კომპიუტერების საჯაროდ ხელმისაწვდომ მსოფლიო ქსელს. მომხმარებლებს, რომლებიც ჩართულნი არიან ინტერნეტში, შეუძლიათ ნებისმიერი კომპიუტერიდან მიიღონ საჯარო ინფორმაცია. ინტერნეტი ნიშნავს გლობალურ კომპიუტერულ ქსელს, რომელიც იძლევა გლობალური კომუნიკაციის საშუალებას. ზოგიერთი მეცნიერი ინტერნეტის გამოგონებას თავისი მნიშვნელობით უტოლებს პრომეთეს მიერ ადამიანებისთვის ცეცხლის მოპოვებას, შემდგომი სამრეწველო რევოლუციის შედეგებს, სადაც გადამწყვეტი იყო ენერჯის ახალი სახეების და განსაკუთრებით – ელექტრობის გამოგონება. დღეს ამ ქსელის დანმარებით ადვილია დაკავშირება მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში, ინტერნეტმა 20 წელზე ნაკლებ დროში 210 ქვეყანაზე მეტი მოიცვა, ყველაზე ღარიბი განვითარებადი ქვეყნებიც კი.

ინტერნეტის როლი მსოფლიო გლობალიზაციის პროცესში უალრესად განსაკუთრებულია და შეუძლებელია მისი სრულყოფილად შეფასება: ის ყოვლისმომცველია და ვრცელდება საზოგადოების ყველა სფეროზე. ასევე გავლენას ახდენს ტიპოლოგიაში, სტრუქტურულ ელემენტებზე და მედიის არსებობის სხვადასხვა ფორმაზე. ინტერნეტმა, რეალურად, თუნდაც ყველაზე პატარა და შორეული მეგაპოლისებიდან დიდი მანძილით მოშორებული ნებისმიერი მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებისთვის შექმნა ფართო შესაძლებლობები მიმართონ გლობალურ აუდიტორიას.

ერთადერთი პრობლემა ისაა, თუ როგორ მიიღებს ესა თუ ის აუდიტორია შინაარსს, მაგრამ მთავარია ის, რომ გზა ღიაა ყველასთვის და არავინ ზღუდავს მედიას ადგილობრივი პრობლემებისა და თემების გასაშუქებლად.

სოციალური მედია, როგორც გლობალიზაციის დაჩქარების ხელშემწყობი ფაქტორი

სოციალური მედია არის ინტერნეტზე დაფუძნებული ონლაინ-კომუნიკაციის უწყვეტი ფორმა, რომელიც სხვადასხვა არხის დახმარებით საშუალებას აძლევს მომხმარებლებს მუდმივად იყვნენ ჩართული მათთვის საინტერესო პროცესების შეფასებასა და განხილვაში. დროთა განმავლობაში სოციალური მედიით სულ უფრო და უფრო მეტი ადამიანი ინტერესდება, შეიძლება ითქვას ინტერნეტმა (რომელიც სოციალური მედიის უმთავრეს ბაზას წარმოადგენს) მსოფლიო დაიპყრო და ეს პროცესი ჯერ კიდევ გრძელდება. სოციალური მედიასაშუალების მრავალი სახეობა არსებობს და ამ არხების გამოყენების ეფექტი მათ სწორ შერჩევაზეა დამოკიდებული. ინდუსტრიიდან გამომდინარე, ისინი ხშირ შემთხვევაში განსხვავებულია: სოციალური ქსელები, მულტიმედია, ბუქ-ქმარკინგი, პოდკასტი, ვიკი, ბლოგები, მიკრობლოგები და სხვ.

სოციალური მედიის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი შემადგენელია სოციალური ქსელები, რაც ძალიან პოპულარული საშუალება გახდა ხალხთა შორის კომუნიკაციისათვის. სოციალური ქსელი - ეს არის საერთაშორისო სერვისი და ის იძლევა საშუალებას ადამიანებმა გაუზიარონ ერთმანეთს საკუთარი ინტერესები, შეხედულებები და მოიძიონ რესურსი თავისი ინტერესების დასაკმაყოფილებლად. სოციალურ ქსელში ყველა მომხმარებელს ენიჭება თავისი პირადი პროფილი და სივრცე, რისი დახმარებითაც ახერხებს ქსელის სხვა მომხმარებლებთან აქტიურ კონტაქტს. „ქსელის“ ცნებას მკვლევარები განიხილავენ როგორც მყარ კავშირებს, ან მის მსგავს სოციალურ ურთიერთობებს ინდივიდებსა და ჯგუფებს შორის. ქსელი არის განსაკუთრებული სტრუქტურა, რომელიც შედგება მრავალი „კვანძისაგან“, ანუ ინდივიდების, ფირმებისა და სხვა სახის სუბიექტებისაგან და აგრეთვე – მათ შორის კავშირების ერთობლიობისაგან. მათ ახასიათებთ მაღალი მოქნილობა, დინამიკურობა, არაფორმალურობა და ამის გამო – მყარი სიცოცხლისუნარიანობა. ქსელები გამოირჩევა სტრატეგიული აზროვნებითა და გადაწყვეტილების მიღების მაღალი კულტურით, დროული მოქმედებით და სიზუსტით. ქსელები სახეა „ვირტუალური“ სივრცის, რომელიც გულისხმობს „წარმოსახვითს“ და უპირისპირდება „რეალურს“.

თავად ტერმინი – „სოციალური ქსელი“ არც ისე დიდი ხნისაა. XX საუკუნის 30-იან წლებში, ამერიკელი სოციოლოგები ადამიანებს შორის არსებულ ურთიერთკავშირებს სწავლობდნენ და ასეთ კავშირებს სოციოგრამების, ანუ ერთგვარი დიაგრამების საშუალებით გამოსახავდნენ. ამ სახის ვიზუალიზებულ ადამიანთა საზოგადოებას სოციალური ქსელი დაარქვეს, რამაც მოგვიანებით ინტერნეტშიც გადაინაცვლა.

როგორ დაიწყო ეს ყველაფერი

XX საუკუნის 70-იან წლებში გამოჩნდა ელექტრონული ბიულეტენების დაფები. ეს იყო პირველი ტიპის საიტი, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევდა შესულიყვნენ ამ გვერდზე და დაკავშირებოდნენ ერთმანეთს, თუმცა ეს ყველაფერი ხდებოდა ძალიან ნელა შედარებით იმასთან, რასაც დღეს ვაკეთებთ.

ელექტრონული ბიულეტენის დაფების შემდგომ შემოვიდა ონლაინ-მომსახურება, როგორცაა CompuServe და Prodigy. ეს იყო პირველი სერიოზული მცდელობა ინტერნეტში შესასვლელად. შემდგომში მსოფლიომ შეიტყო ICQ და IRC (ინტერნეტ-სარელო ჩატი) შესახებ. შეიქმნა გაცნობის პირველი საიტები, რომლებიც განიხილება როგორც პირველი სოციალური ქსელები. ის მაშინვე გამოჩნდა, როგორც კი მსოფლიომ ინტერნეტით სარგებლობა დაიწყო. მომხმარებლებს საშუალება მისცეს შეექმნათ საკუთარი ანგარიშები (როგორც ნესი – ფოტოებით) და დაეწყოთ სხვა მომხმარებლებთან კომუნიკაცია.

გაცნობის საიტების შემდგომ იქვე გამოჩნდა ადრინდელი სოციალური ქსელები, თუმცა ისინი პრაქტიკულად აღარავის ახსოვს.

1999 წელს ინტერნეტი დაიპყრო LiveJournal-მა, რომელიც სოციალურ ქსელებთან დაკავშირებით კონცეფციის განსხვავებულ მიდგომას იყენებდა. ის მუშაობდა როგორც მუდმივად განახლებადი ბლოგების სოციალური ქსელი. შემდეგ საფეხურზე უკვე ჩნდება LinkedIn, MySpace, Twitter და რა თქმა უნდა, Facebook. სოციალურმა მედიამ უკვე დიდი გზა გაიარა ელექტრონული ბიულეტენის დაფებიდან დიდ სოციალური ქსელებამდე და ის ყოველდღიურად ვითარდება. როგორც ეტყობა, დიდი სოციალური ქსელები და საიტები, რომლებიც თითქმის ყოველდღიურად იცვლება, განვითარდება მომავალშიც.

არსებობს სოციალური მედიის 7 სახე: ინტერნეტ-საზოგადოება, ბლოგები, ვირტუალური თამაშები, სოციალური ქსელები, საერთო კონტენტის წარმოების საზოგადოებები, ერთობლივი პროექტები, გეოსოციალური სერვისები.

სოციალური მედიის თავისებურებებია: ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა, პირადი სივრცის მინიმიზაცია, სივრცითი შეზღუდვების ნაკლებობა, ოპერატიულობა (რეალურ დროში რეაგირება).

დღეისთვის სოციალურ მედიას იყენებენ არამარტო გასაცნობად, საკუთარი ინტერესების გასაზიარებლად თუ სხვისი პროდუქტების გასაცნობად, არამედ მარკეტოლოგების უმრავლესობა (88%) უკვე იყენებს სოციალურ მედიას ბრენდებისა და პროდუქტების რეკლამირებისთვის. ეს არის ბევრად უფრო იაფი და ფართომასშტაბიანი, თანაც იოლად განსათავსებელი და ხელმისაწვდომი რეკლამა, თუმცა, ამ ტიპის რეკლამის გამოყენება პრაქტიკაში არც თუ დიდი ხნის წინ დაიწყო. საინტერესოა, რომ ბიზნესის მფლობელები რეკლამისთვის სოციალურ მედიას უფრო მეტად იყენებენ, ვიდრე დაქირავებულ თანამშრომლებს, თუმცა, ზოგიერთი ამ სახის რეკლამაში თავისებურ საფრთხეებსაც ხედავს. მათი აზრით, ასეთი პორტალების მფლობელები და მოდერატორები ვერ აკონტროლებენ მომხმარებლების მიერ გამოქვეყნებულ შინაარსს.

ბევრ ოფიციალურ პირს აქვს თავისი პირადი გვერდი, რომლის საშუალებითაც აფიქსირებს თავის საჯარო პოზიციას ამა თუ იმ მოვლენების ირგვლივ. თამამად შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური ქსელები დღეს ბევრი ადამიანისთვის ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად იქცა.

უნდა აღინიშნოს, რომ ამ დიდ პროგრესს ახლავს როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი მხარეები. ადამიანები ხშირად „დამოკიდებულები“ ხდებიან სოციალურ ქსელებზე, იქ მიმდინარე ფაქტებსა თუ მოვლენებს ზედმეტად ახლოს აღიქვამენ და შეიძლება ითქვას, რომ „სხვისი ცხოვრებით“ იწყებენ ცხოვრებას, რაც მათ პირად, ინდივიდუალურ თავისუფლებას, დამოუკიდებლობას საფრთხეს უქმნის კიდევ. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ სოციალური ქსელები გამოყენებულ იქნას მხოლოდ განტვირთვისთვის და საჭიროებისას – კომუნიკაციის მძლავრ ინსტრუმენტად.

სოციალური ქსელების გარეშე ადამიანების ცხოვრება ფაქტობრივად, შეუძლებელი გახდა. საყოველთაო ინტერნეტიზაციის შედეგად, მსოფლიოს მოსახლეობის მესამედზე მეტი იყენებს სოციალურ ქსელს. ყველაზე მეტი მომხმარებელი კი Facebook-ს ჰყავს, რომელსაც 2 მლრდ-ზე მეტი ადამიანი მოიხმარს.

დღეს სოციალური ქსელების გარეშე არსებობა უკვე წარმოუდგენელია. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ბიზნესის განვითარებისთვის უზარმაზარ შესაძლებლობებს იძლევა ინტერნეტ-მარკეტინგი, რომელიც მილიარდიანი ბიუჯეტის და მხოლოდ რამდენიმეათასიანი ბიუჯეტის მქონე კომპანიებს თანაბარ სასტარტო პირობებს უქმნის. მცირე ბიუჯეტიან კომპანიას აქვს შესაძლებლობა საკუთარი პროდუქციის ან მომსახურების შესახებ, ძალიან მცირედი დანახარჯებით, მიაწოდოს ინფორმაცია გლობალურ ბაზრებზე არსებულ მილიონობით მომხმარებელს.

სოციალური ქსელები – Wikipedia, Youtube, Pinterest, Twiter, Google, Yahoo, Myspace, LinkedIn და განსაკუთრებით კი Facebook არაჩვეულებრივი საშუალებაა საკომუნიკაციოდ, რომლის შემქმნელია ჰარვარდის უნივერსიტეტის კურსდამთავრებული **მარკ ცუკერბერგი**. მისმა ქსელმა ნამდვილად გაამართლა და ახლა მარკი 2010 წლის ფორბსის მონაცემებით 4 მლრდ-ის მფლობელია. ქსელებში აქტიურად არიან ჩართულნი მსოფლიოს კომპანიები და საწარმოები. ამ ქსელებს იყენებს არამარტო ჩვეულებრივი მოსახლეობა, არამედ პოლიტიკოსები, ცნობილი მსახიობები, მომღერლები და სხვები. ყოველივე ეს ცხადპყოფს, თუ რაოდენ დიდი ადგილი უჭირავს სოციალურ ქსელებს დღეს მსოფლიოში და იმას, თუ როგორ არიან ადამიანები მასზე დამოკიდებულები. ჩვენთვის საინტერესოა საზოგადოების დაინტერესება და დამოკიდებულება სოციალური ქსელების მიმართ, რადგან მათ ტელეფონების ფუნქციაც შეითავსეს. თანაც მომხიბლავია ისიც, რომ სატელეფონო ტარიფისაგან განსხვავებით, ქსელების გამოყენება სრულიად უფასოა. ჩვენ მხოლოდ ინტერნეტის გარკვეულ გადასახადს ვიხდით და ვსარგებლობთ განუსაზღვრელი ლიმიტით. არაჩვეულებრივია, როდესაც მარტივად ვუსმენთ მუსიკას, ვათვალიერებთ სურათებს, ვეცნობით ადამიანებს. თუმცა, ამას მეორე, უარყოფითი მხარეც აქვს.

ამ საიტებზე ნებისმიერი ასაკის ადამიანები რეგისტრირდებიან, ათავსებენ პირად მონაცემებსა და ფოტოსურათებს. ხშირად ქსელებს არაკეთილსინდისიერი ადამიანები იყენებენ ცრუ ინფორმაციის გასავრცელებლად, ჭორების ასაგორებლად; იყენებენ სხვათა სურათებს საკუთარი არაკეთილსინდისიერი მიზნების განსახორციელებლად. არსებობს არაერთი ფაქტი თუ მონაცემი სოციალური ქსელების შესახებ. აი რამდენიმე მათგანი:

- ყოველ ერთ საათში Facebook-ზე 4,5 მლნ ადამიანი ლებულობს მიწვევას რომელიმე ღონისძიებაზე.

- ყოველ წუთში 100 000 ადამიანი მეგობრდება facebook-ზე.

- ყოველ წამს 8 მლნ ადამიანი ხდება რომელიმე სოციალური ქსელის წევრი.

- Google-ში ძიების მოთხოვნების რაოდენობამ 1 მლრდ-ს გადააჭარბა დღეში.

- 10 წელი – ეს არის საშუალო ასაკი, რომლიდანაც იწყებენ სოციალური ქსელების მოხმარებას.

- მომხმარებელთა ნახევარი კვირაში 1-5 საათს მაინც ატარებს სოციალურ ქსელებში.

- მომხმარებელს სურს მიიღოს გარკვეული ბენეფიტები. მოლოდინი იმისა, რომ მიიღებს ვაუჩერებს, ფასდაკლების კოდებს და ა.შ. აიძულებს დაინტერესებულ მომხმარებლებს იყვნენ თქვენი კომუნის აქტიური წევრები.

- საკუთარი გამოცდილების გაზიარება – როდესაც მომხმარებლებს კონკრეტული ბრენდის მიმართ გააჩნიათ პოზიტიური, ან ნეგატიური გამოცდილება, ცდილობენ ის მეგობრებს კომენტარების სახით გაუზიარონ. მათ აქვთ იმედი, რომ ისინიც გაიზიარებენ ამ გამოცდილებას, ამ გზით კი ინფორმაცია ახალ მომხმარებლებზე ვრცელდება. პოზიტიური ან ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელება შესაძლებელია დიდი ტემპით მოხდეს, რისი მასშტაბების წინასწარ განსაზღვრა შეუძლებელია.

- გამოხატონ საკუთარი ლოიალობა – ბრენდით კმაყოფილი მომხმარებელი ხშირად უერთდება ბრენდის “Facebook” გვერდს, ელოდება განახლებებს და გამოხატავს ბრენდის მიმართ მხარდაჭერას.

- გართობის სურვილი – როდესაც თქვენი “Facebook”-ის გვერდის განახლებები ხდება იშვიათად და თავს უყრის მხოლოდ მოსაწყენ და შემთხვევით ინფორმაციას, დიდი ალბათობით გარანტირებული გაქვთ „ფანების“ დაკარგვა. როდესაც თქვენი გვერდის საშუალებით მომხმარებელს შეუძლია გაერთოს, მიიღოს სიამოვნება მახვილგონივრული იუმორით და სხვა შიგთავსით, გარანტირებული გაქვთ, რომ ყოველდღიურად დაბრუნდებიან თქვენს გვერდზე. ეს კი თქვენი კომუნის გაზრდის საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს.

- სჭირდებათ კითხვებზე პასუხი – თქვენს კომუნას გააჩნია უამრავი შეკითხვა, იშვიათად უჩნდებათ სურვილი დარეკონ „ცხელ ხაზზე“, ელოდონ ჯერ ოპერატორს და შემდეგ საკუთარ კითხვაზე პასუხს. “Facebook”-ი კი საუკეთესო საშუალებაა კონკრეტული კითხვების დასამელად. იკარგება ნაკლები დრო და ვიღებთ უფრო მეტ შედეგს.

სადღეისოდ, ფაქტობრივად, წარმოუდგენელია ჩვენი თანამედროვე ცხოვრება კომუნიკაციის გარეშე, ცივილიზაცია კი ამის არაჩვეულებრივ საშუალებას გვაძლევს. ჩვენ შეგვიძლია მსოფლიოს ნებისმიერი კუთხიდან ნებისმიერ ადგილამდე მივანვდინოთ ხმა ერთმანეთს, რაც თავის მხრივ, ადამიანთა შორის ურთიერთიერთობების უწყვეტობას უწყობს ხელს.

გამონაკლისი, რა თქმა უნდა, არც საქართველოა, სადაც განსაკუთრებით პოპულარულია Одноклассники, Facebook, Twitter, YouTube, Google, Yahoo და ა.შ. ყოველი მათგანი სხვადასხვა დანიშნულების ქსელია. მაგ: Google და Yahoo საძიებო ქსელებია, სადაც უკვე ნებისმიერი ინფორმაციის მოძიება შეგიძლიათ; Одноклассники, Facebook, Twitter – საკონტაქტო და სარეკლამო საშუალებებია, YouTube გვანვდის ნებისმიერ გასართობ და შემეცნებით პროგრამებს, დანყებული ფილმებიდან და კონცერტებიდან საჭმელების რეცეპტებით დამთავრებული. ცალკე თემაა ვირტუალური, კომპიუტერული თამაშები, თუმცა, აქ ამ საკითხზე არ შევჩერდებით.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სოციალურ ქსელებს, გარდა დადებითისა, აქვთ უარყოფითი მხარეც, ეს კი ძალიან ხშირად ხდება კრიტიკისა და განხილვის საგანი. ერთ-ერთი უმთავრესი პრობლემა ისაა, რომ ქსელები იწვევს განუსაზღვრელ გატაცებას, ძალიან დიდი დროის დახარჯვას და, შესაბამისად, ახალგაზრდები უარს ამბობენ ამ ასაკისთვის სასარგებლო და სასიამოვნო საქმიანობაზე, გართობაზე. ცხადია, ამითი ისინი ხელოვნურად ზღუდავენ საკუთარ განვითარებას. ასევე ხშირია უხეშობისა და ძალადობის თაობაზე მასალების გამოქვეყნებისა და დაგზავნის შემთხვევა. სწორედ ამ საკითხზეც არსებობს დაკვირვებები და სტატისტიკა, აი რამდენიმე მათგანი:

- ყოველ წელს მსოფლიოში დაახლოებით 100 ადამიანი ასრულებს სიცოცხლეს თვითმკვლელობით სოციალურ ქსელში გავრცელებული შეტყობინების გამო;
- სოციალური ქსელები ითვლება მიზეზად ყოველი მესამე განქორწინებისა.
- სამჯერ გაიზარდა ლალატის რიცხვი სოციალურ ქსელებში გაცნობის შემდეგ.
- განუსაზღვრელი დროით ქსელში ყოფნა ადამიანებს ართმევს ცხოვრების აღქმის უნარს, წყვეტს რეალობას და აკარგვინებს დღევანდლობის შეგრძნებას. ამასთანავე, ხელს უშლის მათ განვითარებას და გაზრდას. სოციალური ქსელი ხდება მათი ცხოვრების ნარკოტიკი, სადაც ასაკი არაა შეზღუდული.

დამოკიდებულება სოციალურ ქსელებზე

ლოგიკურად ჩნდება კითხვა: რა განაპირობებს სოციალური ქსელების ამგვარ აქტუალურობას? ერთი შეხედვით, სოციალური ქსელების დიდი შესაძლებლობები ადამიანისთვის მხოლოდ სიკეთის მომტანი უნდა იყოს, თუმცა მაშინ როდესაც მიმართება ადამიანსა და ქსელს შორის მხოლოდ წევრობისა

და სარგებლიანი მოხმარების ფარგლებს სცილდება, უარყოფითი ზეგავლენის საკითხი დგება. ინტერნეტ-დამოკიდებულება უკვე დიდი ხანია ფსიქოლოგიურ დაავადებად ითვლება, სოციალურ ქსელებზე დამოკიდებულება კი მისი ახალი ფორმაა. რაც უფრო მეტ დროს ატარებს ადამიანი სოციალურ ქსელში, მით ნაკლები დრო რჩება რეალურ ცხოვრებაში აქტივობისთვის და მით უფრო რთულდება ამ რეალურ გარემოსთან ურთიერთობა. სოციალურ ქსელზე დამოკიდებულების შემჩნევა საკმაოდ რთულია. ამისათვის საჭიროა კომპიუტერიდან რამდენიმე დღით მოწყვეტა და მხოლოდ მაშინ ჩნდება ემოციათა მთელი სპექტრი, დანყებული ინტერნეტში შესვლის დიდი სურვილით, დამთავრებული სერიოზული დეპრესიით; ეს კი სწორედ დამოკიდებულების სიმპტომებია. ამ ყოველივეს მოსდევს პრობლემები: კომპლექსები, დეპრესია, შიშები, განწყობილების ცვლილებები და შფოთვა. ეს ფსიქოლოგიური დაავადებაა და როგორც ნებისმიერი დაავადება, მკურნალობას მოითხოვს. ნებისმიერი ფსიქოლოგიური დაავადების მკურნალობა რთულია, მითუმეტეს - მანიაკალური დამოკიდებულების. ბოლო დროს მეცნიერთა ნაწილის ინტერესის საგანი სოციალური ქსელების ადამიანის ჯანმრთელობაზე გავლენა გახდა. მათი აზრით, სოციალური ქსელებით გადამეტებულ გატაცებას ადამიანის ჯანმრთელობისთვის ზიანის მიყენება შეუძლია, ამცირებს რა რეალურ ადამიანებთან ურთიერთობის ოდენობას. ცოცხალი ურთიერთობების უკმარისობამ შესაძლოა ნეგატიურად იმოქმედოს ორგანიზმის იმუნურ სისტემაზე, ჰორმონალურ ბალანსზე, სისხლძარღვების მუშაობასა და აზროვნების პროცესებზე, რაც გრძელვადიან პერსპექტივაში ზრდის ისეთი დაავადებების გაჩენისა და განვითარების რისკს, როგორიცაა კიბო, გულ-სისხლძარღვთა დაავადებები და გონებრივი ჩამორჩენა.

მიუხედავად სოციალური ქსელების უარყოფითი მხარისა, მათ მსოფლიოს მაშტაბით უამრავი ადამიანი აქტიურად მოიხმარს მისი მრავალი ფასეულობის გამო.

ამას შესანიშნავად გადმოგვცემს თბილისის ერთ-ერთი საჯარო სკოლის დირექტორი: „ჩემთვის სოციალურ ქსელს ბევრი ღირსება აქვს. პირველ რიგში, მისი მეშვეობით შესაძლებელია კლასგარეშე კონტაქტი მოსწავლეებთან, მათთან ერთად იმაზე მუშაობა, რაზეც კლასში დროის სიმციროს გამო, შეჩერება შეუძლებელია. ამასთან, მოხერხებულია ის მაშინაც, როცა ზოგადი ინფორმაციის გადაცემა საჭირო და ა. შ. აქედან გამომდინარე, მიუხედავად ნაკლოვანებებისა, სავსებით შესაძლებელია სოციალური ქსელის სასწავლო პროცესის სასარგებლოდ გამოყენება და მეტიც, მისი გამოყენება დღევანდელ პირობებში კომფორტულიც კია.“ ფაქტია, რომ ვირტუალურ კავშირებს დიდი ადგილი უკავია მსოფლიო საზოგადოებაში, მიუხედავად იმისა, ვისთვის როგორი შედეგების მომტანია ის.

დასკვნა

ჩვენ მოკლედ მიმოვიხილეთ გლობალიზაცია, როგორც მსოფლიო პროცესი და სოციალური მედია, როგორც ტექნოლოგიური რევოლუციების პირმშო. ალბათ, ძნელია კონკრეტულად თქვა – რომელი იყო პირველი. ჩვენი აზრით, უკვე დაწყებულ მსოფლიო გლობალიზაციის პროცესის დაჩქარებულ განვითარებას საფუძვლიანად შეუწყო ხელი XX საუკუნის ტექნოლოგიური რევოლუციების პროდუქტებმა – ინტერნეტმა, ფიჭურმა კავშირებმა, სოციალურმა მედია, რომელთა გარეშეც დღევანდელი ცხოვრება წარმოუდგენელია. მიგვაჩინია, რომ ასევე შეუცვლელი პროცესია გლობალიზაცია. ფაქტია, რომ თუკი რომელიმე ქვეყანა შეძლებს და როგორღაც უარს იტყვის გლობალიზაციაზე, მაშინ ის აუცილებლად აღმოჩნდება ლოკალიზებული და გათიშული მსოფლიო განვითარების პროცესებიდან.

ამიტომ, აუცილებელია კარგად იქნეს გააზრებული გლობალიზაციის უარყოფითი მხარეები – ეროვნული თვითმყოფადობის დაკარგვის საფრთხეები, ისტორიული ტრადიციების მივიწყების საშიშროება, კულტურისა და ხელოვნების ეროვნული ელფერით შენარჩუნება და ა.შ. ფაქტია, რომ გლობალიზაციამ და განვითარებულმა სოციალურმა მედიამ ნაშალა საზღვრები, მსოფლიო „დაპატარავდა“ და „შეიკუმშა“, საკომუნიკაციო დრო წარმოუდგენლად შემცირდა და ამ ყველაფერმა სრულიად ახალი რეალობის წინაშე დაგვაყენა, სადაც უმთავრესია ყველა ჩვენგანმა გაფართოებული ცოდნისა და დაგროვილი გამოცდილების მეშვეობით შევძლოთ და ვიპოვოთ საკუთარი ადგილი მსოფლიო გლობალურ სამყაროში.

ლიტერატურა:

- აბრალავა ა. (2005). ეროვნული ეკონომიკა და გლობალიზაცია.
- ბეკი უ. (2003). რა არის გლობალიზაცია.
- დავითაშვილი ზ. (2003). ნაციონალიზმი და გლობალიზაცია.
- მექვაბიშვილი ე. (2009). ეკონომიკის გლობალიზაცია: მიმართულებები, გამოწვევები, პერსპექტივები.
- Crafts M. (2000). Globalization and Growth in the Twentieth Century. *IMF*.
- Hagget P. (2005). Geography: a Global Synthesis.
- Joseph E. Stiglitz (2002) Globalization and Its Discontents.
- Кастельс М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество, культура.
- Модельски Дж. (2005). Эволюция глобальной политики.

References:

- Abzalava A. (2005). erovnuli ekonomika da globalizacia [National Economy and Globalization] (in Georgian).

- Beck U. (2003). ra aris globalizacia [What is Globalization] (in Georgian).
- Davitashvili Z. (2003). nacionalizmi da globalizacia [Nationalism and Globalization] (in Georgian).
- Mekvabishvili E. (2009). ekonomikis globalizacia: mimartulebebi, gamocvevebi, perspeqtivebi [Globalization of Economics: Directions, Challenges, Perspectives] (in Georgian).
- Castells M. (2000). informacionnaia epokha: ekonomika, obshestvo, kultura [Informational Epoche: Economic, Society, Culture] (in Russian).
- Crafts M. (2000). Globalization and Growth in the Twentieth Century. IMF.
- Modelsky J. (2005). Evolucia globalnoi politiki [Evolution of Global Policy] (in Russian) .
- Joseph E. Stiglitz (2002) Globalization and Its Discontents
- <http://natiagogashvili.blogpost.com/>
- <https://www.facebook.com/ISP.AIRNET/posts/-%E1%83%A0%E1%83%90-%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A1%E1%83%9D%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A5%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%9D%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A5%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%94%E1%83%A1-%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%9D%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%A0%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%AC/1368997273190810/>
- <http://mastsavlebeli.ge/?p=1002>
- <http://forbes.ge/blog/49/socialuri-qselebi-da-marketinguli-kampaniebi>
- <https://www.bm.ge/ka/article/yvelaze-popularuli-socialuri-qselebi/18375>

Globalization and Social Media

Mariam Mekvabishvili

Doctoral Student

of Georgian Technical University

mariam.mekvabishvili@gmail.com

The article is dedicated to two great events in the modern world that are closely interconnected to each other. These are globalization and social media. Today everyone recognizes “globalization” in all areas of social life - economy, politics, culture, ideology, religion, etc. - On the basis of common economic globalization every area has come under the influence of globalization.

Humanity of the 21st century does not have enough time to analyze the unexpected processes of globalization, in which it has occurred.

The transformation of all spheres of life has become the third millennium's constant, so deepening in the changes that affect the social life is of utmost importance. This will enable us to find new forms of existence and independently participate in the globalization process.

As a Canadian philosopher Herbert Marshall McLuhan defines this virtual planetary transformation - the world has compressed to the "village" scale.

This process was significantly contributed by the development of social media, which has become practically possible through the internet for instant transmission of any information - receiving from one point of the earth to another point, which has virtually eliminated the problem of time and distance.

Transferring information to electronic means has fundamentally changed the traditional boundaries of information and communication processes.

Modern means of mass communication (MMC) create a new information reality that has a significant impact on the transformation processes of modern and the formation of global societies. The mass media has a huge place as in local, so in global levels in the political process. With the space and time expanding, new models of social communications are created. On the base of technological shifts, communications development and information revolution brought by globalization, social media has also established which in turn changed the lives of modern society.

Keywords: Globalization, internet, social media, social networks

JEL Codes: F02, G14, L86