

XƏZƏR UNİVERSİTETİ

Fakültə: Təbiət Elmləri, Sənət və Texnologiya Yüksək Təhsil

Departament: Təhsil

İxtisas: Pedaqogika nəzəriyyəsi və tarixi

MAGİSTR DİSSERTASIYA İŞİ

MÜASİR DÖVRDƏ SOSIAL MEDİANIN TƏLƏBƏ ÖYRƏNMƏSİNƏ TƏSİRLƏRİ

İddiaçı: _____

Elnurə Yaşar qızı Məmmədova

Elmi rəhbər: _____

pedaqogika üzrə fəlsəfə doktoru

Leyla Xudadat qızı Əliyeva

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ -----	3
I FƏSİL. ƏDƏBİYYAT XÜLASƏSİ -----	8
1.1 Sosial media anlayışı və onun tarixi-----	8
1.2 Sosial media platformalarının tarixi inkişaf dövrü -----	11
1.3 Sosial medianın cəmiyyətə təsirləri -----	20
1.4 Rəqəmsal savadlılıq və sosial medya alətlərinin öyrənmə prosesinə inteqrasiyası-----	28
1.5 Sosial öyrənməyə əsaslanan pedaqoji nəzəriyyələr -----	32
1.5.1 Lev Vıqotskinin “sosial inkişaf” nəzəriyyəsi -----	36
1.5.2 Albert Banduranın “sosial öyrənmə” nəzəriyyəsi -----	37
1.6 Müasir dövrdə beynəlxalq təcrübənin tələbə öyrənməsində sosial mediadan bir alət kimi istifadə strategiyaları-----	38
1.7 Sosial medianın tələbə öyrənməsinə mənfi və müsbət təsirləri-----	42
1.7.1 Sosial medianın yaratdığı təhlükəli risklər-----	44
1.7.2 Sosial media asılılığı-----	45
1.7.3 FOMO (Fear of missing out) – Yeniliklərdən geridə qalmaq qorxusu-----	47
II FƏSİL. METODOLOGİYA -----	48
2.1 Tədqiqatın modeli-----	48
2.2 Tədqiqatın iştirakçıları -----	48
2.3 Məlumat toplama aləti -----	50
2.4 Məlumatların təhlili-----	51
2.5 Kəmiyyət tədqiqatının təhlili və nəticələri -----	52
2.6 Tədqiqatın keyfiyyət metodologiyası -----	62
NƏTİCƏ -----	67
ƏDƏBİYYAT SİYAHISI -----	75
ƏLAVƏLƏR -----	82

GİRİŞ

Sosial medianın təhsil sahəsindəki təsiri getdikcə daha çox diqqət mərkəzinə çevrilir və bu istiqamətdə aparılan elmi araşdırmalar tələbə öyrənməsində onun rolunu obyektiv şəkildə qiymətləndirmək üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Müasir dövrdə tələbələr sosial media vasitəsilə müxtəlif öyrənmə mənbələrinə çıxış əldə edir, biliklərini paylaşır və əməkdaşlıq edir. Bu reallıqdan çıxış edərək, tədqiqatın məqsədi sosial medianın tələbələrin öyrənmə davranışlarına necə təsir göstərdiyini empirik məlumatlar əsasında araşdırmaqdır. Bu fəsildə istifadə olunmuş məlumat toplama üsulu – sorğu detallı şəkildə izah edilir, tədqiqatın təşkili mərhələsi və əldə olunan nəticələrin təhlili təqdim olunur. Məqsəd, sosial medianın öyrənmə mühitindəki mövcud rolunu daha dərinlən anlamaq və bu sahədə faydalı təkliflər irəli sürməkdir.

Texnologiyanın sürətlə inkişaf etdiyi müasir dövrdə informasiya məkanının sərhədləri demək olar ki, tamamilə aradan qalxmışdır. Bu prosesin ən bariz nümunələrindən biri olan sosial media, cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrini, xüsusən də gəncləri öz təsir dairəsinə alaraq onların gündəlik həyatını və davranış modellərini formalaşdırmağa başlamışdır. Artıq öyrənmək anlayışı yalnız kitab və auditoriya ilə məhdudlaşmır; virtual mühitlər, onlayn platformalar və sosial media vasitəsilə bilik paylaşımı yeni bir forma alır. (Boyd.D. 2014.) Belə bir şəraitdə tələbələrin öyrənmə vərdisləri də köklü dəyişikliklərə məruz qalır. Məhz bu kontekstdə sosial medianın tələbə öyrənməsinə təsiri məsələsi aktual elmi problem kimi diqqət mərkəzinə gəlir.

Sosial media tətbiqləri bütün istifadəçilərə bərabər məsafədə yanaşır və onları eyni şəkildə qarşılayır. İstifadəçilər arasında hər hansı bir üstünlüyün olmaması, bir rektor ilə həmin universitetdə işləyən texniki işçi və ya evindən sosial mediaya daxil olan 10 yaşlı uşağın tamamilə eyni şəraitdə eyni platformada bir araya gəlməsinə səbəb olur. Həmin 10 yaşlı uşaq, fakültə dekanının çox mühüm bir layihəsi və ya paylaşımı haqqında öz fikrini bildirmək, paylaşmaq və ya onu bloklamaq hüququna malikdir. Sosial media saytlarında insanlar arasında yaş, cinsiyyət, təhsil, sosial status və s. fərqliliklər əsas götürülmür. Heç bir istifadəçi digərindən üstün və ya daha imtiyazlı mövqedə yerləşdirilmir. İnternet saytları üçün bütün istifadəçilər məlumat (data) sayılır və bu məlumatlar bərabər qiymətləndirilir (Altunay, 2015, s 424). İnternetdə var olma formalarının artması ilə sosial şəbəkələr daha geniş yayılmağa və həyatımızda daha çox yer tutmağa başlamışdır. Wikipedia, Instagram, Snapchat, Swarm, Myspace, Facebook, Friendster, Flickr, Twitter, Friendfeed və YouTube kimi sosial media

platformaları istifadəçilərin anlıq paylaşmalarla nələrdə etdiklərini, nə düşündüklərini, çəkdiyi videoları, fotoları, yerləşdiyi məkanları paylaşa bildikləri sahələrə çevrilmişdir. İnternet istifadəçiləri artıq ənənəvi medianın təqdim etdikləri ilə kifayətlənməyərək, bu yeni media növündə öz məzmunlarını yaratmağa başlamışlar. Bu məzmunlar arasında diqqət çəkənlər digər istifadəçilər tərəfindən paylaşılaraq həmin şəxslərin öz platformalarında tanınmasına, ulduza çevrilməsinə şərait yaratmışdır (Büyükşener, 2009, s 21).

Müasir dövrün universitet tələbəsi “ənənəvi sinif”, virtual və ya hibrid formada dərs alarkən, sosial medianın istifadəsi və təsiri də kontekstdən asılı olaraq dəyişməkdədir. Sosial media şəxsi və ya biznes məqsədləri üçün geniş şəkildə istifadə olunduğu halda, onun təhsil məqsədi ilə effektiv vasitə ola biləcəyi fikri son dövrlərdə diqqət mərkəzinə düşmüşdür. Eyni zamanda bu inkişaf edən sahəyə elmi maraq da artmaqdadır. Sosial medianın öyrənməni təşviq edən və gücləndirən bir vasitə kimi potensial rolunu araşdırılmağa dəyər. (Turkle. S. 2011) Həqiqətən də medianın rolunun əhəmiyyətli olduğu tez-tez vurğulayır. Bu baxımdan, media savadlılığına sahib olan bir fərdin göstərdiyi əsas davranış xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi qeyd olunur (Görmez, E., 2014):

- Medianın gündəlik həyata göstərdiyi təsirin şüurlu şəkildə dərk edilməsi;
- Medianın təqdim etdiyi məlumat və fəaliyyətləri təhlil və interpretasiya edə bilmə bacarığı;
- Mediadan səmərəli və məqsədyönlü şəkildə istifadə edərək öyrənmə qabiliyyəti.

Sosial media termini informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə paralel olaraq formalaşmış və fərdlərin internet üzərindən qarşılıqlı əlaqə qurmasına imkan verən platformaları əhatə edir. Bu platformalar vasitəsilə istifadəçilər mətn, şəkil, video, səs və digər məzmunları paylaşa, şərhərlə fikir bildirə və müxtəlif şəbəkələr daxilində əlaqələr yarada bilirlər. Əsas məqsəd, məlumat mübadiləsinə, qarşılıqlı əlaqəni və ictimai iştirakçılığı asanlaşdırmaqdır. Sosial medianın əsas fərqləndirici xüsusiyyəti onun iki tərəfli və interaktiv xarakter daşımasıdır. Ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrindən fərqli olaraq, sosial media istifadəçilərə həm istehlakçı, həm də məzmun yaradıcısı kimi çıxış etməyə şərait yaradır (M.Alsharani. 2022. s96).

Sosial medianın inkişafı internet texnologiyalarının kütləviləşməsi ilə sıx bağlıdır. 1990-cı illərin sonlarından etibarən Web 2 texnologiyalarının tətbiqi ilə veb məzmunun statik formasından dinamik, istifadəçi əsaslı məzmununa keçid baş verdi. Bu keçid sosial medianın yaranması üçün zəmin hazırladı. İlk sosial şəbəkə platformalarından biri olan SixDegrees.com 1997-ci ildə fəaliyyətə başladı və istifadəçilərə profil yaratmaq, dost siyahısı əlavə etmək və

mesaj göndərmək imkanı verdi. Daha sonra 2000-ci illərdə Friendster, MySpace və nəhayət 2004-cü ildə Facebook kimi platformalar qlobal miqyasda böyük istifadəçi kütləsi qazandı (C.Fuchs. 2014. s72).

Sosial medianın tarixi inkişaf trayektoriyası yalnız texnoloji yeniliklərlə deyil, həm də sosial və mədəni dəyişikliklərlə müəyyənənmişdir. Zaman keçdikcə bu platformalar yalnız fərdi əlaqə vasitələri olmaqdan çıxaraq təhsil, siyasət, biznes, səhiyyə və digər sahələrdə effektiv kommunikasiya alətinə çevrilmişdir. Xüsusilə pandemiya dövründə (COVID-19) sosial medianın öyrənmə mühiti ilə integrasiyası daha da aktuallaşdı və bu sahədəki rəqəmsal vasitələrin əhəmiyyəti daha aydın şəkildə özünü göstərdi. (Dijck J.Van, 2014)

Mövzunun aktuallığı: Müasir dövrdə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) sürətlə inkişaf etməsi və rəqəmsallaşmanın həyatın demək olar ki, bütün sahələrinə nüfuz etməsi, sosial media platformalarının sosial, iqtisadi və mədəni sistemlərdə mühüm yer tutmasına səbəb olmuşdur. Bu dəyişikliklər xüsusilə gənc nəsil arasında özünü daha qabarıq şəkildə göstərməkdədir. Artıq sosial media yalnız ünsiyyət və əyləncə vasitəsi deyil, eyni zamanda bilik paylaşımı, akademik diskussiya, virtual əməkdaşlıq və distant təhsil imkanlarını dəstəkləyən multifunksional bir mühitə çevrilmişdir. Bu tendensiya, sosial medianın təhsil sahəsində istifadəsinin aktuallığını daha da artırır.

Təhsildə sosial medianın rolu, xüsusilə ali təhsil mühitində tələbələrin öyrənmə davranışlarına, akademik nailiyyətlərinə, özünüifadə qabiliyyətlərinə və motivasiya səviyyələrinə müxtəlif şəkildə təsir göstərir. Bu platformalar tələbələrin həm sinxron, həm də asinxron öyrənmə mühitlərinə integrasiya olunmasını təmin etməklə yanaşı, kooperativ və kollaborativ öyrənmə metodlarının tətbiqinə də şərait yaradır. Bundan əlavə, sosial media vasitəsilə müəllim-tələbə münasibətləri daha interaktiv, çevik və əlçatan olur ki, bu da təhsil prosesinin effektivliyini artırır.

Eyni zamanda, sosial medianın təhsildə istifadəsi bir sıra etik, psixoloji və metodoloji çağırışlar da doğurur. Tələbələrin diqqət yayındırması, informasiyaların etibarlılığı ilə bağlı problemlər, rəqəmsal asılılıq riski və müəllimlər tərəfindən sosial media vasitələrinin effektiv istifadəsi məsələləri bu sahədə ciddi tədqiqat zərurətini ortaya qoyur. Xüsusilə Azərbaycan təhsil sistemi kontekstində bu tip elmi-tədqiqat işlərinin azlığı, empirik və statistik analizlərin kifayət qədər aparılmaması, mövzunun aktuallığını daha da artırır.

Hazırkı dövrdə qlobal pandemiyanın və post-pandemiya dövrünün yaratdığı yeni reallıqlar fonunda, sosial media platformalarının distant və hibrid tədris modellərindəki rolu daha da ön plana çıxmışdır. Bu səbəbdən, sosial medianın ali təhsildə istifadəsinin sistemli

şəkildə araşdırılması, onun təhsil strategiyalarına integrasiyası, həmçinin sosial-psixoloji təsirlərinin öyrənilməsi, bu mövzunu yalnız aktual deyil, həm də strateji əhəmiyyətli bir tədqiqat istiqamətinə çevirir.

Mövzunun öyrənilmə səviyyəsi: Sosial medianın təhsil sahəsində istifadəsi dünya üzrə akademik müstəvidə geniş tədqiq olunan məsələlərdən biridir. Xüsusilə son on ildə texnologiyanın təhsilə integrasiyası çərçivəsində aparılan araşdırmalar sosial medianın tədris prosesində oynadığı rolu müxtəlif aspektlərdən təhlil etmişdir. Bu tədqiqatlarda sosial medianın tələbələrin motivasiyasına, akademik performansına, öyrənmə davranışlarına, müəllim-tələbə münasibətlərinə və ümumi öyrənmə ekosistemlərinə təsiri geniş empirik və nəzəri baza əsasında araşdırılmışdır. Xüsusilə ABŞ, Kanada, Böyük Britaniya, Avstraliya və Cənubi Koreya kimi ölkələrdə bu sahədə çoxsaylı akademik əsərlər, jurnal məqalələri və dissertasiyalar dərc edilmişdir. Bu tədqiqatlar göstərir ki, sosial media platformaları yalnız kommunikasiya vasitəsi deyil, həm də aktiv öyrənməni təşviq edən interaktiv öyrənmə mühiti kimi çıxış edə bilər.

Bununla belə, Azərbaycan kontekstində sosial medianın ali təhsildə istifadəsinə dair sistemli, nəzəri və metodoloji əsaslandırılmış tədqiqatların sayı olduqca məhduddur. Mövcud yerli ədəbiyyat daha çox sosial medianın ümumi yayılma tendensiyalarına və cəmiyyətə təsirinə fokuslanır, lakin ali təhsil müəssisələrində sosial medianın konkret öyrənmə nəticələri, tələbə performans, özünüidarəetmə bacarıqları və fərdi öyrənmə strategiyalarına təsiri ilə bağlı empirik əsaslı araşdırmalar demək olar ki, azdır və fragmentar xarakter daşıyır.

Həmçinin, yerli tədqiqatlarda sosial medianın təhsildə istifadəsinə dair metodoloji müxtəliflik və etibarlı məlumat bazaları ilə işləmək imkanlarının məhdudluğu da hiss olunur. Bu səbəbdən, Azərbaycan ali təhsil mühitində tələbələrin sosial mediadan istifadə vərdişlərinin öyrənilməsi, bu vərdişlərin öyrənmə nəticələri ilə əlaqəsinin empirik və statistik üsullarla araşdırılması elmi cəhətdən zəruri və aktuallığını qoruyan bir boşluğu dolduracaqdır. Bundan əlavə, milli təhsil strategiyalarının rəqəmsal transformasiya hədəfləri ilə uzlaşan bu tədqiqatlar, gələcəkdə təhsil siyasətçiləri və universitet rəhbərləri üçün də əhəmiyyətli praktik tövsiyələr formalaşdırı bilər. Bütün aspektləri nəzərə alaraq, tədqiqat sualları aşağıdakı kimi təyin olunmuşdur:

Tədqiqat sualı 1: Müasir dövrdə sosial media təhsil sahəsinə integrasiya edilə bilər mi?

Tədqiqat sualı 2: Sosial media tələbə öyrənməsi üçün effektiv rol oynayır mı?

Dissertasiya işinin məqsədi: Bu dissertasiya işinin əsas məqsədi tələbələrin sosial mediadan istifadə etmə vərdişlərini və bu istifadənin onların öyrənmə prosesinə təsirini

araşdırmaqdır. Məqsədə nail olmaq üçün tələbələrin sosial mediadan akademik məqsədlərlə istifadə tezliyi, istifadə etdiyi platformalar, bu platformalarda apardıqları fəaliyyət növləri və həmin fəaliyyətlərin akademik nəticələrinə təsiri empirik üsullarla öyrənilmişdir. Bununla yanaşı, sosial medianın öyrənməyə təsir edən müsbət və mənfi cəhətləri müəyyənləşdirilərək, nəticələr əsasında konkret təkliflər veriləcək.

Tədqiqatın obyektı: Tədqiqatın obyektı ali təhsil müəssisələrində təhsil alan tələbələrin öyrənmə prosesi və bu prosesdə sosial medianın iştirakı ilə formalaşan akademik davranış və nəticələndir.

Tədqiqatın predmeti: Tədqiqatın predmeti sosial media alətlərinin ali təhsil tələbələrinin tədris və öyrənmə fəaliyyətlərinə təsirinin məzmunu və mahiyyətidir. Buraya həm platforma istifadəsi, həm də bu istifadə nəticəsində formalaşan öyrənmə strategiyaları və davranış modelləri daxildir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, burada sosial medianın öyrənməyə təsiri yerli ali təhsil sistemində tələbələrin real təcrübələri əsasında empirik yanaşma ilə araşdırılır. Əldə edilən nəticələr sosial medianın tədrisə inteqrasiyası ilə bağlı praktik yanaşmaların formalaşmasına elmi əsaslar verir. Elmi yenilik həmçinin rəqəmsal savadlılığın öyrənmə mühitindəki rolu və bu sahədəki fərqliliklərin təhlili ilə də gücləndirilir.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti: Tədqiqat nəticələri sosial medianın təhsil mühitində necə istifadə olunması ilə bağlı təkliflər irəli sürmək üçün mühüm baza rolunu oynayır. Bu nəticələr ali məktəb müəllimləri və təhsil siyasəti ilə məşğul olan qurumlar üçün sosial medianın öyrənmə prosesinə effektiv şəkildə inteqrasiyası istiqamətində tövsiyələr hazırlamağa kömək edəcək. Eyni zamanda, bu iş tələbələrin rəqəmsal savadlılığının artırılması, vaxt idarəetməsi və kritik düşünmə bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi baxımından praktik töhfə verəcəkdir.

I FƏSİL. ƏDƏBİYYATIN XÜLASƏSİ

1.1 Sosial media anlayışı və onun tarixi

Sosial media müasir informasiya cəmiyyətinin ayrılmaz bir hissəsinə çevrilmişdir. Qloballaşmanın sürətlənməsi, rəqəmsal texnologiyaların inkişafı və internetin geniş yayılması nəticəsində insanlar arasında ünsiyyət formaları da köklü şəkildə dəyişmişdir. Ənənəvi kommunikasiya vasitələrinin yerini getdikcə daha çox sosial platformalar tutmaqda, fərdlər və cəmiyyətlər arasında əlaqələr real zaman rejimində və interaktiv şəkildə həyata keçirilməkdədir. Sosial medianın meydana çıxması təkcə texnoloji bir yenilik deyil, eyni zamanda informasiya istehsalı və paylaşımı sahəsində demokratikləşmənin də göstəricisidir. Bu fenomen tədricən yalnız şəxsi ünsiyyət vasitəsi olmaqdan çıxaraq, ictimai rəyin formalaşması, siyasi və sosial hərəkətlərin təşkili, iqtisadi münasibətlərin qurulması və müxtəlif sahələrdə təhlil obyektinə çevrilmişdir. Sosial medianın anlayışı və tarixi inkişaf mərhələlərinin araşdırılması bu sahənin strukturunu, funksiyalarını və cəmiyyətə təsirini dərk etmək baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir (L.Bennet, 2018, s55).

“Sosial şəbəkə” ifadəsi ilk dəfə 1954-cü ildə Barnes tərəfindən balıqçı icmaların bir-biri ilə olan ünsiyyətini izah etmək məqsədilə istifadə edilmişdir. Barnes bu termini Norveçdəki Bremnes adlı bir balıqçı icmasında apardığı etnoqrafik araşdırmalar zamanı istifadə etmişdir. O, bu ifadəni insanların sosial münasibətlərini və qarşılıqlı əlaqələrini daha sistemli şəkildə təsvir etmək üçün işlətməmişdir. John A. Barnes-in “sosial şəbəkə” anlayışı ilə müasir sosial media anlayışı arasında birbaşa tarixi və nəzəri əlaqə mövcuddur, lakin bu əlaqə dolayı və inkişaf prosesində formalaşmışdır. Barnes-in özü sosial medianı nə texniki, nə də praktiki cəhətdən düşünməmişdi, çünki onun dövründə internet və rəqəmsal kommunikasiya mövcud deyildi. Ancaq onun sosial əlaqələrə dair yanaşması, gələcəkdə sosial medianın nəzəri əsaslarının formalaşmasında mühüm rol oynamışdır. (Barnes, J. A. 1954 s39)

Sosial şəbəkələrin əsas istifadəçi qrupu olan gənc yetkinlərin, sosial media inkişafetdiricilərinin onlara yönəlmiş artan fəaliyyətləri nəticəsində yaxın gələcəkdə daha aktiv istehlakçılara çevriləcəkləri ehtimal olunur (Özata, Kılıçer və Ağlargöz, 2014). İnternet anlayışı, sadəcə barmaq hərəkətləri ilə dünyanın bir çox istifadəçisinə çatma imkanı təqdim edən yeni bir kommunikasiya forması kimi xarakterizə olunur (Doğan və Karakuş, 2015, s58).

Müasir dövr insanının ən çox şikayət etdiyi anlayışlardan biri olan zaman faktoru nəzərə alındıqda, sosial medianın həyatın hər sahəsinə daxil olması inkarolunmaz bir hal almışdır.

Müxtəlif ünsiyyət və əlaqələrin internet vasitəsilə həyata keçirilə bilməsi zaman baxımından qənaət təmin edir. Lakin ünsiyyətin əsasən internet üzərindən qurulması fərdlər üzərində bir sıra mənfi təsirlərin yaranmasına səbəb ola bilər və bu da bədən və zehnin ahəngdar fəaliyyətinin narahatedici şəkildə pozulması ilə nəticələnə bilər (Karagül və Çaycı, 2014, 2–3). İnsanlar artıq alış-veriş, təhsil, sağlamlıq, bankçılıq, yemək sifarişi və bir çox digər işlərini onlayn mühitlər vasitəsilə sadəcə bir toxunuşla, evdən çıxmadan yerinə yetirə bilərlər (Karagülle və Çaycı, 2014: 3). Lev Manovich (2001) “Yeni media nədir?” sualına belə cavab verir: Kompüterdən internetə, veb-saytlardan kompüter oyunlarına, virtual reallıq tətbiqlərindən rəqəmsal platformalarda yayımlanan televiziya proqramlarına, 3D filmlərə, elektron kitablara qədər bir çox anlayış yeni media termini ilə izah olunur. Yəni kompüter vasitəsilə yaradılan və paylaşımı təmin edilən bütün anlayışlar yeni medianı ifadə edir (Manovich, 2001). Sosial media isə son illərdə aparılan tədqiqatlarda müxtəlif şəkillərdə və fərqli formalarda izah olunmuşdur (Altunay, 2015, s411). Sosial media səhifələri istifadəçilərin şəxsi profillər yarada bildiyi, dostları ilə ünsiyyət qurduğu və ortaq maraqlara sahib digər insanlarla əlaqə saxladığı virtual məkanlardır (Kuss və Griffiths, 2011, s352).

Texnologiyanın inkişafı ilə birlikdə 1980-ci illərin əvvəllərində kompüter anlayışı əsasən dövlət qurumlarında, universitetlərdə, özəl şirkətlərdə iş və təhsil məqsədilə istifadə olunurdu. Lakin 1990-cı illərə gəldikdə isə şəxsi kompüter istifadəsində artım müşahidə edilmişdir (Aytekin və Sütçü, 2012, s2). Əvvəlcə ticarət və maliyyə sahələrində, sonralar isə dövlət sektorunda kompüter istifadəsinin artması sosial media anlayışının həyatımızda əhəmiyyətli bir yer tutmasına səbəb olmuşdur (Aytekin və Sütçü, 2012, s2).

2000-ci illərdə isə kompüter vasitəsilə ünsiyyət, üz-üzə və kütləvi ünsiyyət növləri kimi gündəlik həyatın ayrılmaz bir parçasına çevrilmişdir (Köseoğlu, 2012, s59). Kompüterlərin daşına bilən formaya düşməsi (noutbuklar, planşetlər, ağıllı telefonlar), çəkirlərinin azalması, ölçülərinin kiçilməsi, nisbətən daha ucuz qiymətə əldə olunması və internet texnologiyalarında (Web 1.0-dan Web 2.0-a keçid) baş verən inkişafılar insanların yalnız istehlakçı olmaqdan çıxaraq, həm də istehsalçıya çevrilməsinə şərait yaratmışdır. Sosial ünsiyyət vasitələri kimi tanınan Web 2.0 texnologiyalarının ən çox istifadə edilən formalarından biri sosial media saytları və tətbiqləridir (Köseoğlu, 2012, s 59).

Bu gün dünyada bir çox inkişaflarla birlikdə süni intellekt texnologiyalarının gündəmə gəldiyi Web 4.0 dövrü yaşanır, lakin əslində internet texnologiyalarının bu günə necə və hansı şəkildə gəldiyi də olduqca əhəmiyyətlidir. İnternetin ilk qurulduğu və istifadəçilərin yalnız şərhləri oxuduqları Web 1.0 dövründən, süni intellektə keçilən dövrə qədər keçid əlbəttə ki,

asan olmamışdır. Lakin bu araşdırmanın bu bölümündə xüsusilə Web 1.0 ilə Web 2.0 arasındakı fərqlərə toxunmaq vacibdir. Çünki passiv internet istifadəçiliyindən aktiv istifadəçiliyə keçmək, inkişafın da artmasını təmin edəcək ilk mərhələdir (Uzunoglu və digər müəlliflər, 2009, 87).

Cədvəl 1.1.1 Web 1-dən web 2-ə keçid zamanı yaranan funksional fərqlər

Web 1	Web 2
Sabit reklam sahələri	Məzmunla görə reklam göstərən xidmətlər (Google AdSense)
Şəkilləri saxlaya biləcəyiniz və sadəcə şəxsi istifadəyə malik xidmətlər	Şəkillərinizi milyonlarla istifadəçi ilə paylaşa biləcəyiniz tətbiqlər (Instagram, Facebook)
Sabit siyahılardan mp3 yükləməyinizə imkan verən səhifələr (mp3. com)	Musiqi və ya musiqçinin adını yazaraq fərqli platformalardan mp3 yükləməyinizə şərait yaradan xidmətlər (Kazaa, Napster)
Ensiklopedik məlumatlar təqdim edən saytlar (britannica online)	Ensiklopedik məlumatların istifadəçi töhfələri ilə mərhələli şəkildə formalaşdırıldığı saytlar (Wikipedia)
Şəxsi veb səhifələr	Bloglar
Yaddaşa qalan domain adların seçilməsi	Ad seçərkən axtarış motorlarına uyğunluğa diqqət yetirmək
Reklamlarda səhifə baxışlarının əhəmiyyətli olması	Reklamlarda klikləmə sayının əhəmiyyətli olması

Cədvəl 1.1.1-ə (F.Çemrek 2014, 64) əsasən Web 1.0 dövrü, istifadəçilərin internet üzərindən qarşılıqlı əlaqələrinin tək tərəfli və pasif şəkildə davam etdiyi dövr idi. Olduqca zəif və məhdud olan məzmunlar istifadəçilər tərəfindən əldə edilir, lakin bu məzmunlar üzərində heç bir dəyişiklik edilə bilməzdi. Bu dövrdə istifadəçilər yalnız məzmunları görüntüləyə bilər, ensiklopedik məqalələri oxuya bilər və sadə şəxsi veb saytları yarada bilirdilər. Məlumat axını əsasən mənbədən alıcıya doğru tək tərəfli bir şəkildə həyata keçirilirdi. Web 1.0 dövründə əsas alətlər kompüterlər ikən, Web 2.0 dövründə smartfonlar, planşetlər kimi alətlər ön plana çıxır. Web 1.0, yalnız məzmun araşdırmasına imkan verir və istifadəçilər veb səhifələrinə müdaxilə edə bilməz, onlar passiv sadə alıcılardır. Web 2.0-da isə istifadəçilər fəal şəkildə iştirak edir, öz məzmunlarını yaradır və istədikləri şəkildə paylaşırlar. Əlavə olaraq, istifadəçilər başqa istifadəçilərin yaratdığı məzmunlara öz fikirlərini əlavə etmək imkanı da əldə edirlər. Web 1.0-

in əsas ünsiyyət vasitəsi e-poçt ikən, Web 2.0-da müxtəlif məqsədlərə xidmət edən interaktiv tətbiqlər mövcuddur. Web 1.0, birinci nəsil şəbəkə bağlantı cihazlarından istifadə edərkən, Web 2.0 yeni nəsil şəbəkələr və fiber optik texnologiyasını istifadə edir.

2000-ci illərdə internet istifadəsinin yayılmağa başlaması ilə ADSL kimi əvvəlki internet yayım xətlərinə nisbətən daha sürətli yayım xətlərinin formalaşması və xərcələrin azalması təkcə şirkətlərin deyil, şəxsi istifadənin də artmasına səbəb olmuşdur (Aytekin və Sütçü, 2012, s5). Ticarət müəssisələri, dövlət qurumları, universitetlər, təşkilatlar və oyun platformaları bu inkişafa uyğunlaşaraq öz internet səhifələrini yaratmağa başlamışlar. 1994-cü ildə ilk internet bankçılığı sistemi qurulmuş, Pizza Hut şirkəti həmin illərdə internet üzərindən sifariş qəbul etməyə başlamışdır. Şirkətlərin əksəriyyəti internetə bu yeni mediaya olan investisiyalarını artırmağa başlamışdır (Arısoy, 2009, s57).

Sosial medianın anlayışı və tarixi inkişafı müasir dövrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının cəmiyyətə təsirini anlamaq baxımından mühüm nəzəri və praktik əhəmiyyətə malikdir. Sosial media dedikdə, istifadəçilərin məzmun yarada bildiyi, paylaştığı və qarşılıqlı ünsiyyət qurduğu rəqəmsal platformalar toplusu nəzərdə tutulur. Bu platformalar fərdlərə yalnız məlumat alma və ötürmə imkanı yaratmır, həm də onları informasiya istehsalçısına çevirir. Məhz bu xüsusiyyətlər sosial medianı digər kommunikasiya vasitələrindən fərqləndirir və onu daha demokratik, dinamik və interaktiv edir.

Sosial medianın tarixi XX əsrin sonlarına, xüsusilə 1990-cı illərin sonu və 2000-ci illərin əvvəllərinə təsadüf edir. İnternetin kütləvi istifadəyə keçməsi, xüsusilə də veb 2.0 texnologiyalarının tətbiqi ilə birlikdə sosial media anlayışı formalaşmağa başladı. Əvvəlcə bloglar, forumlar və e-poçt siyahıları ilə təməli qoyulan bu yeni kommunikasiya sahəsi sonrakı mərhələlərdə daha çox sosial şəbəkələrin Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram və s. meydana çıxması ilə genişlənməyə başladı. Bu platformalar vasitəsilə istifadəçilər yalnız şəxsi həyatlarını bölüşmək deyil, həm də ictimai proseslərdə iştirak etmək imkanı qazandılar (DeAndrea, D. C., Ellison, N. B., LaRose, R., Steinfield, C., & Fiore, A. 2012, s 15)

1.2 Sosial media platformalarının tarixi inkişaf dövrü

İnformasiya texnologiyalarındakı inkişaf ilə birlikdə internet ilk ortaya çıxdığı dövrdən fərqli olaraq zamanla bir çox məqsədlə istifadə olunmağa başlanmış və internetdən istifadə formaları əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. İnternet mühitində insanların qarşılıqlı ünsiyyətini təmin edən interaktivlik əsasında sosial media anlayışı meydana gəlmişdir. Sosial media

anlayışı ilk mərhələdə istifadəçilərin duyğu və düşüncələrini ifadə etmələrini təmin edən bloq əsaslı bir şəbəkə sistemi kimi qəbul olunsada, zaman keçdikcə inkişaf etdirilən müxtəlif platformalar insanların duyğu və fikirlərini eyni zamanda qarşılıqlı şəkildə paylaşa bildikləri sosial şəbəkə mühitlərini yaratmışdır. Bu da sosial medianın daha çox sosial qarşılıqlı təsir və interaktivlik üzərində qurulmuş bir anlayış kimi formalaşmasına səbəb olmuşdur. Sosial media, adını sosial həyatın özündən almaqla yanaşı, mahiyyət etibararı ilə virtual bir aləmi əhatə edən bir mühit olaraq meydana çıxmışdır. Hal-hazırda smartfonu olan, internetə qoşulmuş və mobil tətbiqlərdən hər hansı birini istifadə edən hər kəs sosial media istifadəçisidir. Digər tərəfdən, gündən-günə istifadəçi sayı artan sosial media; bəzən alternativ bir media vasitəsi kimi istifadə olunur, bəzən isə istifadə limitlərini aşaraq, istifadəçiləri özünə asılı edən təhlükəli bir vasitəyə çevrilir. (Güçdemir, 2010: 4).

Sosial media, yüksək səviyyəli paylaşımın həyata keçirildiyi və sosial şəbəkələrlə birlikdə inkişaf edən bir sahəni təmsil edir. Sosial medianın bir çox xüsusiyyəti mövcuddur. Myfield (2008) bu xüsusiyyətləri aşağıdakı şəkildə sıralayır (Myfield, 2008: 43; Mavnaçioğlu, 2009: 64):

- Sosial media iştirakçılara çoxsaylı ünsiyyət mühitləri təqdim edir.
- Sosial media, istifadəçiyə şərh yazmaq, bəyənəmə almaq kimi interaktiv paylaşım imkanı verən bir platformadır.
- Sosial mediada yer alan məzmunlar, istifadəçiyə məlumat əldə etmək, xəbərdar olmaq imkanı verən güclü bir informasiya məkanıdır.
- Sosial mediada əsas məsələ paylaşımın özü və bu paylaşım əsasında inkişaf edən müzakirələrdir.
- Sosial mediada məkan və zaman məhdudiyyəti yoxdur; internetin mövcud olduğu hər yerdə (bəzi hallarda oflayn rejimdə də) paylaşım mümkündür.
- Sosial media mühitində hər bir fərd həm özünün yaratdığı məzmunu, həm də başqalarının yaratdığı məzmunu həm mobil, həm də internet üzərindən paylaşa bilər.
- Sosial medianın istifadəçiləri yalnız özləri ilə məhdudlaşmır; onlar digər istifadəçiləri və onların şərhlərini də izləyirlər.
- Beləliklə, hər bir fərd eyni zamanda həm izləyici, həm də izlənən mövqeyində olur.
- Sosial medianın ünsiyyət məntiqi formal deyil. Bu baxımdan sosial mediada söhbətlər daha çox səmimi və qeyri-rəsmi (informal) xarakter daşıyır.

Bulletin Board Systems (BBS) - Sosial medianın meydana gəlməsi 1970-ci illərə qədər uzanır. Christensen və Suessin 1978-ci ildə dostları ilə informasiya paylaşmaq və ünsiyyətdə qalmaq məqsədilə BBS (Bulletin Board System) adlı proqramı yaratmaları, ilk sosial şəbəkə nümunəsini təşkil edir və onlar bunu heç də fərqiində olmadan etmişlər (Altan, 2015: 81). İnternetdən əvvəlki dövrdə, 1970-ci illərin sonunda ortaya çıxan, istifadəçilərin telefon xətti üzərindən bir serverə qoşularaq məlumat paylaştığı və ünsiyyət qurduğu, 1990-cı illərin sonuna qədər istifadə olunan sosial medianın ilk növlərindən olan kompüter sistemidir. Bu sistem istifadəçilərə bir-birinə mesaj göndərmək, oxumaq və fayl paylaşmaq imkanı verən veb sayt növü idi (<https://www.britannica.com/technology/bulletin-board-system> 26.04.2025).

Usenet - Internetin ilk dövrlərində, 1979-cu ildə fəaliyyətə başlayan Usenet xəbər kateqoriyasında yazı və xəbərləri paylaşmağa imkan yaradan qlobal müzakirə sistemidir. Usenet müxtəlif mövzularda müzakirələrin aparıldığı xəbər qruplarına bölünür. Məsələn, comp. sci. phy. music. və s. Əsasən mətn mesajlarının paylaşılması üçün istifadə olunsada, sonralar fayl paylaşımı etmək də mümkün hala çevrilmişdir. (<https://www.britannica.com/technology/USENET> 26.04.2025)

Six Degrees - Çoxlarının ilk sosial media kimi qəbul etdiyi veb sayt olmuşdur. 1997 və 2001-ci illərdə istifadəçilərə xidmət göstərən Six Degrees, populyar olduğu dövrlərdə təxminən 1 milyon istifadəçini özündə birləşdirməyi bacarmışdır. Bu gün istifadə etdiyimiz sosial şəbəkələrin bir çox əsas funksiyalarını ilk dəfə təqdim etmişdir: Profil yaratmaq, dost siyahısı əlavə etmək, mesaj göndərmək, dostların dostlarını görmək və s. Bütün müsbət töhfələrə baxmayaraq bu sayt müəyyən vaxtdan sonra uğursuzluğa məruz qaldı. Səbəb olaraq isə bildirilmişdir ki, 1997-ci il bu cür media anlayışına hazır deyildi, infrastruktur və bağlantı imkanları, davamlı gəlir yeri və aktiv istifadəçiləri yox idi. Six Degrees bağlansa belə, Friendster, MySpace, LinkedIn, Facebook kimi şəbəkələrin yaranmasına birbaşa ilham verib. Hətta Facebook-un yaradıcısı Mark Zuckerberg müsahibələrinin birində bu ideyadan təsirləndiyini bildirib (E.Cizmecı, 2015, s84).

Friendster - Müasir sosial şəbəkələrin əsasını qoyan saytlardan biri olan Friendster 2002-ci ildə yaradılıb və Facebook-dan əvvəl milyonlarla istifadəçi qazanan ilk geniş yayılmış sosial media platformalarından biri hesab olunur. Sosial şəbəkə kimi 2011-ci ildə bağlandı və oyun platformasına çevrildi. 2015-ci ildə isə tamamilə fəaliyyətini dayandırdı (Boyd, D.M. & Ellison, N.B. 2007, s 215).

Facebook - 2004-cü ildə Mark Zuckerberg və bir qrup tələbə tərəfindən yaradılan Facebook qısa müddət ərzində dünyanın ən böyük sosial şəbəkə platformasına çevrilmişdir. Əvvəlcə tələbələr üçün nəzərdə tutulsa da, sonralar qlobal miqyasda milyardlarla istifadəçinin gündəlik ünsiyyət və informasiya mübadiləsi vasitəsinə çevrilmişdir. Tədqiqatlar göstərir ki, Facebook bir sıra təzadlı xüsusiyyətlərə malikdir: (M.Kuyucu 2016, s 59).

1. İnformasiyanın yayılmasını artırır, lakin bəzi dezinformasiyaların yayılmasına da səbəb ola bilər.
2. İnsanlararası əlaqələri gücləndirə də bilər, eyni zamanda real həyatda ünsiyyətin azalmasına da səbəb ola bilər.
3. Psixoloji rifah cəhətdən həm müsbət (əlaqə saxlamaq dəstək almaq), həm də mənfi (özünü müqayisə tənqid asılılıq) nəticələr doğura bilər (M.Kuyucu 2016, s 60).

YouTube - 2005-ci ildə təsis olunan və 2006-cı ildən etibarən Google şirkətinə məxsus olan YouTube bu gün dünyanın ən böyük video paylaşım platforması olmaqla bərabər rəqəmsal dövrün ən güclü informasiya və əyləncə vasitələrindən birinə çevrilmişdir (O.Metin, 2016, s230). YouTube, xüsusilə yeni medianın həyatımıza daxil olduğu ilk dövrlərdən etibarən sürətlə inkişaf edən və ənənəvi televiziya dövrünün populyarlığını getdikcə itirməsinə səbəb olan bir video platformasıdır. YouTube-un ən böyük xüsusiyyətlərindən biri, istifadəçilərin qeydiyyatdan keçmələrinə ehtiyac olmadan platformaya daxil ola bilmələri və həm peşəkar videoları izləyə, həm də öz videolarını yaradaraq bütün dünyaya təqdim edə bilmələridir. Bu hal əslində televiziya məzmununun bir çoxunun YouTube-da da yer almasına səbəb olmaqla yanaşı, televiziyalardakı ani yayımlardan fərqli olaraq, YouTube-un istənilən vaxt izləmə imkanı təqdim etməsi ilə fərqlənir. Hər ay 2 milyarddan çox aktiv istifadəçisi olan bu platforma fərdlərə yalnız video izləmək deyil, həm də öz məzmunlarını yaratmaq, paylaşmaq və ictimai diskussiyyalar yaratmaq imkanı təqdim edir. Ənənəvi televiziya və xəbər agentliklərinə alternativ media mənbəyi kimi çıxış edir, vətəndaş jurnalistikası, ictimai aktivlik üçün geniş imkanlar yaradır. Öyrənmə, təhsil sahəsində də geniş formada istifadə olunur: dərslilər, təlim videoları, mühazirələr geniş auditoriyaya çatır. İnformasiyanın vizual təqdimatı öyrənməni stimullaşdırır, lakin bəzən qeyri-etik və ya qeyri-elmə əsaslanan məzmunlar da problem yarada bilər (N.Yıldırım və B.Özmen, 2012, s290).

Instagram - 2010-cu ildə Kevin Systrom və Mike Krieger tərəfindən yaradılan və 2012-ci ildə Facebook tərəfindən satın alınan Instagram, vizual məzmun əsaslı sosial media platforması kimi fəaliyyət göstərir. Bu platforma istifadəçilərə şəkil, video və gündəlik məzmun

formatında hekayə paylaşmaq, həmçinin digər istifadəçilərlə şərh bəyənmə və mesaj vasitəsilə ünsiyyət qurmaq imkanları verir. 2020-ci ildən etibarən Reels funksiyası və e-ticarət integrasiyası ilə Instagram həm də qlobal rəqəmsal bazarın aktiv iştirakçısına çevrildi (Boyd. D.M və Ellison. N.B, 2007 s217). İstifadəçilər Instagramda seçilmiş və estetik cəhətdən tənzimlənmiş məzmunlar paylaşaraq özləri haqqda müəyyən təəssürat yaratmağa çalışırlar. Bu hal Erving Goffmanın “özünü səhnədə təqdim etmə” nəzəriyyəsi ilə sıx əlaqələndirilir (Goffman E. 1959, s107).

TikTok - Rəqəmsal texnologiyanın inkişafı fonunda formalaşan və qısa video əsaslı sosial media platforması kimi sürətlə qlobal populyarlıq qazanan tətbiqdır. Əsası 2016-cı ildə Çin texnologiya şirkəti ByteDance tərəfindən qoyulmuşdur və ilk olaraq Çin bazarında Douyin adı ilə fəaliyyətə başlamışdır. 2017-ci ildə ByteDance beynəlxalq bazara çıxmaq məqsədilə musical.ly adlı Amerika mənşəli populyar platformanı satın almış və 2018-ci ildə TikTok adı ilə qlobal brend olaraq birləşdirilmişdir.

Twitter (indiki X) əsasən xəbər paylaşımı və ictimai debatlar üçün istifadə olunur və 25 yaşdan yuxarı peşəkar və ictimaiyyətlə maraqlanan auditoriyaya xidmət edir. Twitter, 2006-cı ildə yaradılmış bir sosial şəbəkədir. İnsanların öz səhifələrində qısa cümlələrlə duyğu və düşüncələrini ifadə edə bildikləri bu platformada eyni zamanda şəkil və video paylaşmaq da mümkündür. İlk yaradıldığı zaman Twitter istifadəçilərə bir paylaşımında maksimum 140 simvol yazmaq imkanı təqdim edirdi. Lakin 2017-ci ildən etibarən bu məhdudiyyət aradan qalxdı və simvol sayı 280-ə qədər artırılmışdır. Twitter platformasının loqosu ağzı açıq mavi bir quş simvoludur. Bu quş simvolunun mənası, quşların qısa-qısa səslər çıxarmasından ilhamlanaraq, insanların düşüncələrini az sözlərlə ifadə edə bilməsini simvolizə etməkdir. Yəni məqsəd az, lakin məzmunlu ifadələrlə ünsiyyət qurmaqdır. Sosial medianın əsas istifadə məqsədlərindən biri kimi ortaya çıxan və "hazırda nə baş verir?" sualına fokuslanan Twitter, əslində ani duyğuların və düşüncələrin paylaşılması üçün yaradılmış bir sosial şəbəkədir. Twitterin tarixi inkişafına nəzər saldıqda, bu sosial şəbəkənin 2006-cı ildə San-Fransiskodakı South Park adlı bölgədə Jack, Biz, Noah, Cyristal, Jeremy, Adam, Tony, Ev, Dom, Rabble, Ray, Florian, Tim və Blaine adlı 14 nəfərlik bir dost qrupunun söyləri nəticəsində yaradıldığı görülür. Bu dostlar bir yemək zamanı, insanların ani duyğu və düşüncələrini, var olduqları məkanı və hətta o ana dair fotoları paylaşa biləcəkləri bir sosial şəbəkə fikrini inkişaf etdirmiş və bu ideya nəticəsində Twitter formalaşmışdır. Eyni zamanda, bu dost qrupu insanların SMS göndərmək ehtiyacını ortadan qaldırmaq məqsədilə, Twitter platformasına mesajlaşma funksiyası da əlavə etmişdir.

Beləliklə, Twitter həm real ehtiyaclara cavab vermək, həm də sosial əlaqələri gücləndirmək niyyəti ilə yaradılmış bir sosial şəbəkə olmuşdur.

Cədvəl 1.2.1 2024-cü ildə populyar sosial media platformalarının statistikası

Platforma	Aktiv istifadəçi sayı (aylıq, milyard)	Əsas istifadəçi yaş aralığı	Əsas məqsəd/funksiyalar
Facebook	2.9	25-44 yaş	Sosial əlaqə, paylaşım, qruplar
YouTube	2.5	18-35 yaş	Video paylaşımı, maarifləndirmə
WhatsApp	2.4	18-44 yaş	Məsajlaşma, səsli/video zənglər
Instagram	2.0	18-34 yaş	Şəkil/video paylaşımı, hekayələr
TikTok	1.6	13-30 yaş	Qısa video məzmunu, əyləncə
Twitter (X)	0.6	25-49 yaş	Mikrobloq, xəbər paylaşımı
LinkedIn	0.5	25-54 yaş	Peşəkar əlaqələr, karyera inkişafı
Pinterest	0.4	18-45 yaş	Vizual ideyalar, kreativlik

Cədvəl 1.2.1-də (<https://apa.az/infrastruktur/azerbaycanda-instagram-istifadecilerinin-sayi-artib-699291>) 2024-cü il üzrə dünyada ən çox istifadə olunan sosial media platformaları, onların aylıq aktiv istifadəçi sayı, əsas istifadəçi yaş aralığı və funksional məqsədləri təqdim olunmuşdur. Facebook hələ də ən böyük istifadəçi bazasına malik platforma olaraq qalır və geniş yaş aralığında istifadə olunur. YouTube vizual və maarifləndirici məzmunlar üçün geniş auditoriyaya xitab edir. WhatsApp isə qlobal səviyyədə əsas mesajlaşma vasitəsi kimi önə çıxır. Instagram və TikTok vizual və əyləncə əsaslı məzmunlara yönəlmiş, xüsusilə gənc auditoriya arasında populyar platformalardır. TikTok-un daha çox 13-30 yaş arası istifadəçilər tərəfindən istifadə olunması onu Z nəsli üçün əsas sosial media vasitəsinə çevirib. Snapchat da

oxşar auditoriyaya malikdir və qısa ömürlü, spontan vizual paylaşımrla seçilir. (B.Omar, 2020).

LinkedIn isə karyera və biznes yönümlü sosial şəbəkə olaraq daha yetkin istifadəçi qrupunu əhatə edir. LinkedIn, iş müraciəti etmək, CV əlavə etmək, və sahə üzrə peşəkar şəxslərlə əlaqə qurmaq məqsədilə yaradılmış bir sosial media platformasıdır. Bu platforma əsasən işgüzar əlaqələrin qurulması və ya mövcud əlaqələrin gücləndirilməsi üçün istifadə olunur. LinkedIn profilində məqalə, fotosəkil və ya video paylaşmaq mümkündür. "Əlaqə qur" bölməsi vasitəsilə əlaqə yaradılan şəxslər bu paylaşımrları görə bilirlər. LinkedIn-ə üzv olan şəxs, təhsilini, nailiyyətlərini, sertifikatlarını, bacarıq və maraq sahələrini əlavə edərək özünü işəgötürənlərə tanıda bilər. LinkedIn, olduqca funksional və uğurlu bir platformadır. AdColony və Nielsen şirkətlərinin 2018-ci ildə, 18–55 yaş aralığındakı şəxslər arasında apardıqları bir araşdırmanın nəticəsinə əsasən, ən etibarlı sosial media platforması olaraq LinkedIn seçilmişdir. (www.pazarlamasyon.com, 10.05.25).

Pinterest isə kreativ ideya axtarışında olan istifadəçilər, xüsusilə qadınlar və dizayn sahəsində çalışanlar üçün vizual əsaslı platforma kimi istifadə olunur. Bir sosial media şəbəkəsi olaraq Pinterest, istifadəçilərə istədikləri vizual məzmunları, faylları və qeydləri öz panolarında paylaşma imkanı təqdim edir. Bu platform 2009-cu ildə Ben Silberman, Paul Scierra və Evan Sharp tərəfindən yaradılmışdır. Məzmunların panolarda təqdim edilməsi "pinləmə" və ya "iynələmə" olaraq adlandırılır. Pinterest, platformada bəyənən hər bir məzmunu kateqoriyalar üzrə sıralayaraq pinləmə imkanı təklif edir. Bu kateqoriyalar moda, saç, makiyaj, heyvanlar, tarix, şəhərlər, səyahət ediləcək yerlər və s. kimi müxtəlif mövzuları əhatə edə bilər. İstifadəçilər istədikləri qədər panolarını artırıb, onları ya özəl saxlayaraq yalnız özləri üçün, ya da hamıya açıq olaraq təqdim edə bilərlər. Fotosəkillərin yalnızca pinləyən şəxs tərəfindən görülmə biləcək şəkildə iynələnməsi, şəkillərin depolanmasını təmin edərək onların itmə riskini aradan qaldırır və platforma ilə hər yerdən asanlıqla çatılmasına imkan yaradır (A.Bruns, 2011).

Cədvəl 1.2.1-dən də aydın görünür ki, hər bir sosial media platforması müxtəlif yaş qruplarına və istifadə məqsədlərinə xidmət edir. Bu, sosial medianın nə qədər müxtəlif və məqsəd yönümlü bir sistemə çevrildiyini göstərir.



Sxem 1.2.2 "Müasir sosial medianın struktur xüsusiyyətləri və funksional cəhətləri"

Sxem 1.2.2-də (Bennet, 2018) Sosial medianın cəmiyyət və istifadəçilər üçün əsas funksional xüsusiyyətləri təsvir olunub. İlk olaraq, interaktivlik sosial medianın istifadəçilər arasında qarşılıqlı əlaqə yaratmaq qabiliyyətini göstərir. Bu xüsusiyyət sayəsində insanlar bir-birinin paylaşımına reaksiya verə, şərhlərlə münasibət bildirə və fikir mübadiləsi apara bilirlər.

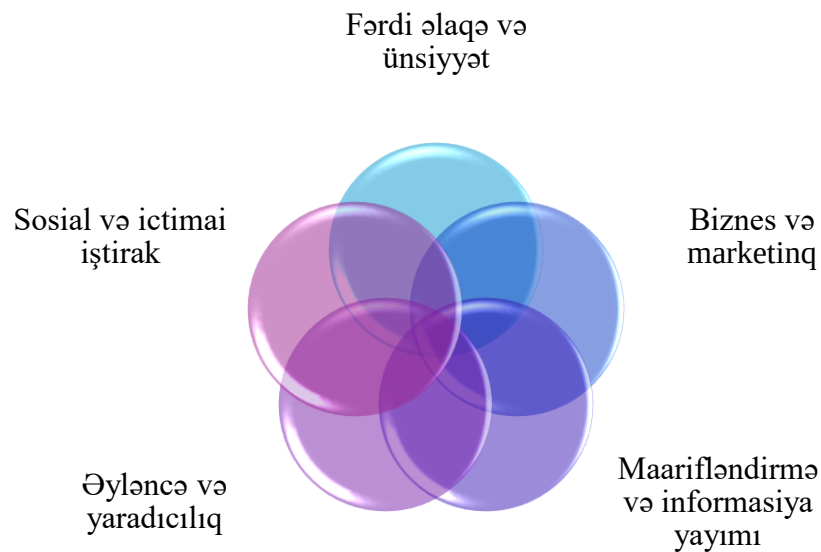
Real vaxtda ünsiyyət imkanı sosial medianı ənənəvi mediadan fərqləndirən əsas cəhətlərdən biridir. İstifadəçilər anı şəkildə məlumat paylaşa və eyni anda cavab ala bilirlər ki, bu da informasiyanın sürətlə yayılmasına səbəb olur.

İstifadəçiyönümlülük sosial medianın əsas struktur xüsusiyyətlərindən biridir. Məzmunun istifadəçilər tərəfindən yaradılması və paylaşılması bu platformaları demokratik və açıq informasiya məkanı halına gətirir.

Qlobal əlçatanlıq isə sosial medianın dünya miqyasında əlaqəlilik yaratma gücünü göstərir. Coğrafi sərhədlər əhəmiyyətini itirir və insanlar fərqli ölkə və mədəniyyətlərlə asanlıqla ünsiyyət qura bilirlər. Məzmun müxtəlifliyi bu platformaların hər kəsə uyğun olmasını təmin edir. İstər mətn, istər şəkil, istərsə də video formatında olan məzmunlar fərqli istifadəçi tiplərinə və məqsədlərinə cavab verir.

Kütləvi təsir gücü sosial medianın sosial və ictimai hadisələrə real təsir göstərmək imkanını ortaya qoyur. İstifadəçilər tərəfindən yayılan məlumatlar geniş kütlələrə çataraq rəy formalaşıdır və trendlərə çevrilə bilər.

Bu xüsusiyyətlər birlikdə sosial medianın kommunikasiya, məlumat mübadiləsi və ictimai iştirak sahələrində nə qədər mühüm rol oynadığını nümayiş etdirir (Henderson, M., Auld, G., & Johnson, N. F. 2014, s 16).



Şəkil 1.2.3 “Sosial media platformalarının ortaq xüsusiyyətləri

Şəkil 1.2.3-də (<https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2011.06.002>) sosial media platformalarının ortaq xüsusiyyətləri bir-biri ilə kəsişən çevrələrlə vizual şəkildə ifadə olunub. Hər bir çevrə konkret bir platformanı, məsələn, Facebook, Instagram və TikTok kimi məşhur sosial media növlərini simvolizə edir. Çevrələrin üst-üstə düşdüyü sahələr isə bu platformalar arasında ortaq olan xüsusiyyətləri və funksiyaları əks etdirir. Bu ortaq xüsusiyyətlərə istifadəçiyönümlülük, interaktivlik, real vaxtda kommunikasiya, vizual məzmun paylaşımı və ictimai təsir gücü daxildir. Hər platforma özünəməxsus funksiyalara malik olsa da, bu kəsişən sahələr onların əsas prinsiplərinin nə qədər oxşar olduğunu göstərir.

Şəkil 1.2.3 göstərir ki, sosial media platformaları müxtəlif auditoriyalara və məqsədlərə xidmət etsələr də, onları birləşdirən ümumi dəyərlər və funksiyalar mövcuddur. Bu isə sosial medianın qloballaşmış, dinamik və istifadəçiyə əsaslanan təbiətini vurğulayır.

Sosial media platformaları, hər biri özünəməxsus texniki imkanlara və istifadəçi yönümlü funksiyalara malik olsa da, onları birləşdirən ümumi xüsusiyyətlər və məqsədlər vardır. Bu ortaq xüsusiyyətlər sosial medianın kommunikasiya vasitəsi olaraq cəmiyyətə təsirini artırır və istifadəçi təcrübəsini formalaşdırır. Facebook, Instagram və TikTok kimi platformalar müxtəlif auditoriyalara xitab etməklə yanaşı, müəyyən əsas prinsipləri paylaşırlar. Bu platformaların hamısı istifadəçilərin məzmununa çıxışını asanlaşdırır, onları məzmun

yaradıcısına çevirir və fərdi ifadə azadlığı verir. İstifadəçilər öz fikirlərini, hisslərini, maraqlarını vizual və yazılı formada ifadə edə bilirlər. Bununla yanaşı, paylaşılan məzmunların sürətli yayılması sosial medianı informasiya yayımında güclü alətə çevirir. Bu xüsusiyyət xüsusilə xəbər, trend və kampaniyaların qısa müddətdə geniş auditoriyaya çatmasında mühüm rol oynayır (Liu, Y. 2010. s101)

Eyni zamanda, bu platformalar toplumlar arasında sosial bağların qurulmasına və möhkəmləndirilməsinə xidmət edir. Facebook qohumlar və dostlar arasında əlaqəni qoruyub saxlamağa imkan verdiyi halda, Instagram estetik paylaşım və özünü ifadə mühiti kimi çıxış edir. TikTok isə yaradıcılıq və əyləncəyə əsaslanan məzmun istehsalını təşviq edir. Bu fərqliliklər platformaların spesifik yönlərini göstərsə də, onların ortaq cəhətləri, məsələn istifadəçi aktivliyi, qarşılıqlı əlaqə və icma formalaşdırma funksiyaları ilə üst-üstə düşür. Sosial medianın bu birləşdirici xüsusiyyətləri, eyni zamanda onun potensial təsir sahələrinin də müxtəlifliyini ortaya qoyur. Sosial media artıq yalnız əyləncə və əlaqə vasitəsi deyil, həm də maarifləndirmə, ictimai təzyiq yaratma, marketinq, təhsil və siyasət sahələrində istifadə olunan strateji bir alətə çevrilmişdir. Buna görə də, platformalar arasında fərqli məqsədlərə xidmət edən funksiyalar olsa da, onların əsasını təşkil edən ortaq prinsiplər sosial medianı güclü və çoxşaxəli bir fenomen halına gətirir (F. Olivera, 2012).

Bu integrasiya olunmuş xüsusiyyətlər sosial medianı müasir dövrdə yalnız texnoloji deyil, eyni zamanda sosial və mədəni bir sistem olaraq qiymətləndirməyə əsas verir. Bu sistemdə istifadəçi həm istehlakçı, həm də istehsalçı olaraq iştirak edir və bu qarşılıqlı dinamik münasibət sosial medianın davamlı inkişafını təmin edir (Manca, S., & Ranieri, M. 2016,s 216).

1.3 Sosial medianın cəmiyyətə təsirləri

Müasir informasiya cəmiyyətində sosial medianın rolu getdikcə daha da artır və onun cəmiyyət üzərindəki təsiri çoxşaxəli şəkildə özünü göstərir. İnformasiya texnologiyalarının inkişafı və internetin gündəlik həyatın ayrılmaz hissəsinə çevrilməsi sosial medianın da kütləvi istifadəsini sürətləndirmişdir. Artıq sosial media yalnız şəxsi ünsiyyət vasitəsi olmaqla kifayətlənmir, həm də ictimai münasibətlərin qurulmasında, ictimai rəyin formalaşmasında, mədəniyyətin yayılmasında və siyasi proseslərə təsir göstərməkdə mühüm rol oynayır. Əvvəlki dövrlərdə texnologiyanın əsas məqsədi insanın fiziki gücünü azaltmaq və ağır işləri daha asan yerinə yetirməyə şərait yaratmaq idi. Lakin müasir və gələcək texnologiyaları artıq təkcə fiziki deyil, həm də zehni fəaliyyətləri əvəz etməyə başlayır. Süni intellekt və avtomatlaşdırılmış

sistemlər artıq müəyyən qərarlar qəbul edə, düşünə və bəzən vəziyyətləri təhlil edərək reaksiya göstərə bilirlər. Belə bir inkişaf mərhələsində insanın texnologiyanı doğru oxuyub-anlama bacarığı zəruri hal alır. Əgər fərdlər bu bacarığı qazanmazlarsa, yaxın gələcəkdə texnologiyaya nəzarət etmək əvəzinə, ondan asılı vəziyyətə düşə bilərlər (Güngör, N., 2018).

Abraham Maslow tərəfindən irəli sürülmüş ehtiyaclar iyerarxiyası nəzəriyyəsi (1943), insan motivasiyasını beş əsas səviyyəyə bölərək, fərdin davranışlarının bu ehtiyacların ardıcılıqla qarşılınmasına yönəldiyini iddia edir. Bu səviyyələr aşağıdan yuxarıya doğru fizioloji ehtiyaclar, təhlükəsizlik, sevgi və mənsubiyyət, hörmət və özünü reallaşdırma ehtiyaclarıdır. Müasir dövrdə bu nəzəriyyə, xüsusilə də rəqəmsal cəmiyyətin və sosial media platformalarının sürətli inkişafı fonunda yenidən nəzərdən keçirilməkdədir. Sosial media, ənənəvi sosial qarşılıqlı təsirin rəqəmsal formasını təmsil edərək, fərdlərin sosial mühitə inteqrasiyasını və sosial ehtiyaclarını ifadə etməsini təmin edən mühüm bir platformaya çevrilmişdir. Maslow-un nəzəri çərçivəsində sosial medianın rolu, hər bir ehtiyac səviyyəsində fərqli funksiyaları ilə təhlil oluna bilər (Boyd, D. 2014):

- **Fizioloji və təhlükəsizlik ehtiyacları:** Ən əsas həyat şərtlərini ifadə edən bu səviyyə, birbaşa sosial mediada əks olunmasa da, müasir kontekstdə rəqəmsal təhlükəsizlik məsələləri ilə əlaqələndirilə bilər. Şəxsi məlumatların qorunması, kibertəhlükəsizlik və onlayn platformalarda istifadəçi hüquqları sosial mediada təhlükəsizlik ehtiyaclarının müasir forması kimi çıxış edir.
- **Sevgi və mənsubiyyət ehtiyacları:** Sosial media, fərdlərin ictimai əlaqələr qurmaq, dostluq və ailə münasibətlərini davam etdirmək, qruplara və icmalara qoşulmaq kimi fəaliyyətlər vasitəsilə bu səviyyədəki ehtiyaclarını qarşıladığı mühüm sosial mühitdir. Fərdlər sosial mediada qarşılıqlı ünsiyyət qurmaqla mənsubiyyət hissi qazanır və sosial bağlılıqlarını gücləndirirlər.
- **Hörmət ehtiyacı:** Maslow-un nəzəriyyəsində bu mərhələ, fərdin ictimai statusu, özgüvəni və başqaları tərəfindən qəbul olunma istəyi ilə əlaqələndirilir. Sosial mediada bu ehtiyac, bəyənilmə (like), şərh alma (comment), izləyici sayı və təsdiqlənmiş hesablar vasitəsilə simvolik olaraq ifadə olunur. İstifadəçilər sosial mediada öz dəyərlərinin tanınmasını və sosial təsdiqini axtarırlar.
- **Özünü reallaşdırma ehtiyacı:** Bu mərhələ fərdin potensialını tam şəkildə həyata keçirməsi ilə bağlıdır. Sosial media bu ehtiyacın təminində yaradıcı fəaliyyət, intellektual paylaşımlar, ictimai təşəbbüslər və şəxsi dəyərlərin ifadəsi üçün geniş

imkanlar yaradır. Blog yazıları, video kontentlər, sənət paylaşımları və sosial məsuliyyət layihələrində iştirak bu çərçivədə qiymətləndirilə bilər.

Beləliklə, sosial media Maslow-un ehtiyaclar iyerarxiyası modelində göstərilən psixoloji və sosial tələbatların virtual platformalarda necə təzahür etdiyini anlamaq üçün effektiv analitik çərçivə təqdim edir. Bu əlaqə həm sosial psixologiya, həm də kommunikasiya elmləri baxımından müasir dövrün insan davranışlarını izah etməyə imkan verir. (Boyd, D. 2014)

Gələcəkdə rəqəmsal vətəndaşlıq anlayışının geniş yayılması ilə birlikdə ölkələr və mədəniyyətlər arasındakı sərhədlər getdikcə daha da silinməyə başlayacaq. Qloballaşan dünyada elmi yeniliklər sürətlə yayılaraq yalnız bir ölkəyə deyil, bütün bəşəriyyətə aid ediləcək. Bununla yanaşı, ölkələr arasında ciddi rəqabət mühiti yaranacaq. Bu rəqabətdə bəzi dövlətlər qabaqcıl mövqelər tutaraq təhsil sahəsinə daha çox sərmayə yönəldəcək və inkişafı davam etdirəcəklər. Digər ölkələr isə informasiya bolluğu və dezinformasiyanın təsiri altında qalaraq dəyişən dövrün tələblərinə uyğunlaşa bilməyəcək və nəticədə aparıcı ölkələrdən asılı vəziyyətə düşə biləcəklər.

Cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri; gənclər, yaşlılar, tələbələr, sahibkarlar və dövlət qurumları sosial medianın imkanlarından fərqli məqsədlərlə istifadə edirlər. Bu platformalar vasitəsilə insanlar xəbərləri izləyir, ictimai məsələlərə münasibət bildirir, yeni biliklər əldə edir və sosial proseslərə qatılırlar. Sosial medianın cəmiyyətə təsiri yalnız müsbət deyil, eyni zamanda mənfi tərəfləri ilə də özünü göstərir. Məlumatın sürətlə yayılması ilə yanaşı, dezinformasiya, məxfiliyin pozulması və psixoloji təsirlər də müzakirə mövzudur (Selwyn, N. 2009, s157).

Sosial medianın cəmiyyətə təsiri bir çox sahədə müşahidə olunur və bu təsir həm fərdi, həm də ictimai səviyyədə özünü göstərir. Müsbət cəhətlərindən biri, fərqli fikir və düşüncələrin sərbəst şəkildə paylaşılmasına imkan yaratmasıdır. Bu xüsusiyyət ictimai rəyin formalaşmasına və demokratik iştirakın təşviqinə xidmət edir. Məsələn, bir sosial məsələ ilə bağlı sadə bir paylaşım qısa müddətdə minlərlə insan tərəfindən paylaşılaraq geniş rezonans doğura və cəmiyyətin diqqətini həmin mövzuya yönəldə bilər.

- Mədəniyyət sahəsində sosial media fərqli mədəniyyətlərə çıxış imkanlarını genişləndirir. İnsanlar dünyanın müxtəlif bölgələrində yaşayan fərdlərin həyat tərz, adət-ənənələri və dəyərləri ilə tanış ola bilirlər. Bu, mədəniyyətlərarası anlaşmanın

artmasına və stereotiplərin aradan qalxmasına kömək edir. Məsələn, TikTok və Instagram platformalarında yerli sənətkarlığın, folklorun və milli yeməklərin global auditoriyaya tanıtılması bu təsirin konkret nümunəsidir. Sosial medianın təsiri ilə dilin istifadəsi və ünsiyyət formaları dəyişmişdir. Emojilər, qısaltmalar və GIF-lər kimi vizual ünsiyyət vasitələri, insanların daha sürətli və təbii şəkildə ifadə etmələrinə imkan verir. Eyni zamanda, sosial mediada dilin qısaldılması və ya özünəməxsus dil üslublarının ortaya çıxması, mədəni bir dil formasının yaranmasına səbəb olmuşdur. Beləliklə, mədəniyyətlərarası kommunikasiya asanlaşır, lakin bəzən bu dilin istifadəsi, xüsusilə gənc nəsil arasında, dilin zənginliyini və ənənəvi mədəniyyətləri zəiflədə bilər. Sosial media həm də mədəni hibridliyin yaranmasına şərait yaradır. Fərqli mədəniyyətlərin sosial şəbəkələrdə bir araya gəlməsi nəticəsində, ənənəvi mədəni təsirlər bir-birinə qarışır və yeni mədəniyyət formaları yaranır. Bu fenomen, xüsusilə musiqi, moda, film və sənət kimi sahələrdə daha aydın şəkildə özünü göstərir. Məsələn, YouTube və Spotify kimi platformalarda fərqli mədəniyyətlərə aid musiqi tərzləri asanlıqla paylaşılır və bir-birinə qarışır, yeni və hibrid musiqi üslublarının yaranmasına səbəb olur. Sosial media platformaları, yeni mədəniyyət formalarının yaranmasına şərait yaradır. Xüsusilə YouTube, Instagram və TikTok kimi platformalarda istifadəçilər özlərinin şəxsi həyatlarını, yaradıcı layihələrini və fərdi mədəni təcrübələrini paylaşaraq yeni bir mədəniyyət anlayışı formalaşdırırlar. Bu platformalarda yaranan "influencer" mədəniyyəti, müasir cəmiyyətdə önə çıxan yeni bir fenomen olaraq, populyar mədəniyyət və sosial təsiri əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirib. Məsələn, YouTube-da yaradılan videolar, Instagram-dakı şəkillər və TikTok-da yayılan qısa videolar müəyyən mədəni davranışları və dəb anlayışlarını ortaya qoyur, beləliklə sosial medianın bu platformalar vasitəsilə mədəniyyətin gündəlik həyatın bir hissəsi halına gəlməsinə səbəb olur (Wodzicki, K., Schwämmlein, E., & Moskaliuk, J. 2012, s 14).

- Psixoloji baxımdan sosial media həm motivasiyaverici, həm də mənfi təsirlərə malik ola bilər. Bir tərəfdən insanlar burada dəstək və motivasiya ala, bənzər təcrübələri paylaşaraq emosional rahatlıq tapa bilirlər. Digər tərəfdən, sosial müqayisə, ideal görüntü təzyiqi və onlayn zorakılıq kimi hallar istifadəçilərdə narahatlıq, stres və özünəinam problemləri yarada bilər. Məsələn, bəzən Instagram-da paylaşılmış "mükəmməl" həyat tərzini göstərən görüntüləri realılıqla uyğun gəlmir və bu da istifadəçilərdə öz həyatları ilə bağlı narazılıq yarada bilər (B.Keles, 2020, s46).

- Sosial medianın siyasi və ictimai təsiri də nəzərəcarpacaqdır. Etiraz aksiyalarının təşkili, sosial kampaniyaların yayılması və vətəndaş iştirakçılığı kimi proseslərdə sosial media mühüm rol oynayır. “Ərəb baharı” hadisələri zamanı və yaxud “Black Lives Matter” hərəkətində sosial media insanların təşkilatlanmasına, səsinə duyurmasına və dünyaya mesaj göndərməsinə şərait yaratmışdır. Belə nümunələr göstərir ki, sosial media sadəcə informasiya yayım vasitəsi deyil, həm də dəyişimin katalizatorudur (B.A. Primack, 2017, s34). Sosial media, fərdlərin siyasi düşüncələrinin təsirlənməsində, demokratiya anlayışlarının və siyasi düşüncə anlayışlarının dəyişməsində olduqca təsirli bir platformadır. İnsanların öz səslərini eşitdirə bildikləri, başqasına təsir edə bildikləri və başqasından təsirləndikləri bu platformada siyasi mənada sosiallaşma da baş verə bilər. Əvvəlcə prezident başda olmaqla, demək olar ki, hər bir siyasətçinin sosial media istifadə etməsi, siyasi təşkilatlara aid səhifələr və bu səhifələrə çatma asanlığı, fərdlərin sosial mediada siyasi mənada sosiallaşmalarını təmin edir. Fərdlər öz fikirlərinə yaxın olan siyasi təşkilatı yalnız şəxsi mitinqlərində və ya fəaliyyətlərində dəstəkləmək deyil, həm də sosial media vasitəsilə birlikdə dəstəkləyə bilərlər. Bu dəstək, fərdin "mən də varam" hissini yaşamasına səbəb olur (Çağlar və Köklü, 2017: 167). Çağlar və Asıgbulmuş, apardıqları tədqiqatda sosial mediada mövcud olan siyasi sosializasiyanın insanların siyasi düşüncələrini nə qədər təsirləndirdiyini araşdırmışlar. Xüsusilə X və Y nəsli üçün təhsil səviyyəsi aşağı olan fərdlərin sosial mediada yayılan siyasi qarşıdurmalardan olduqca təsirləndiklərini və fikirlərini yönləndirdiklərini ortaya çıxarmışlar (Çağlar və Asıgbulmuş, 2017: 34).
- Eyni zamanda, sosial media vasitəsilə maarifləndirmə və təhsil yönümlü məzmunların yayılması da geniş yayılmışdır. Müəllimlər, mütəxəssislər və maarifləndirici səhifələr vasitəsilə minlərlə insan müxtəlif mövzularda bilik əldə edir. Məsələn, YouTube-da yerləşdirilən təhsil videoları, TikTok-da yayımlanan qısa dərslər və ya Instagram-da paylaşılan maarifləndirici postlar bu funksiyanın konkret nümunələridir. Sosial media, həm də cəmiyyətin sosial inkişafına və gələcəyinə dair maarifləndirmə məqsədilə istifadə edilə bilər. Bu platformalar, ekoloji məsələlər, iqtisadi inkişaf, texnoloji inqilablar və digər cəmiyyətin gələcəyini formalaşdıran məsələlərə dair məlumatlar təqdim edir. Sosial mediadakı maarifləndirmə kampaniyaları insanların ekologiyaya, sosial ədalətə, əmək bazarına və iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə dair daha dərin məlumatlar əldə etmələrini təmin edir. Məsələn, “yaşıl enerji” və ya “ekoloji təmiz” məhsullar haqqında məlumatların sosial mediada paylaşılması cəmiyyətin daha müasir

və davamlı bir gələcək qurmasına xidmət edir (Zheng, B., & Warschauer, M. 2015,s 72).

Sosial medianın cəmiyyətə təsiri çoxşaxəlidir. O, insanları birləşdirə, maarifləndirə və fəallaşdırma bildiyi kimi, düzgün idarə olunmadıqda mənfi nəticələrə də səbəb ola bilər. Bu səbəbdən sosial medianın cəmiyyətdəki rolunu balanslı şəkildə dəyərləndirmək və onun imkanlarından məsuliyyətli şəkildə istifadə etmək vacibdir.

Cədvəl 1.3.1 Sosial medianın cəmiyyətə təsiri

Təsir sahəsi	Müsbət təsirlər	Mənfi təsirlər
Sosial	İctimai şəbəkələşmə, fikir azadlığı, ictimai kampaniyaların yayılması	Sosial təcrid, onlayn zorakılıq, şəxsi məlumatların ifşası
Mədəni	Mədəniyyətlərin tanınması, yaradıcı məzmunun təşviqi	Mədəni dəyərlərin təhrif olunması, stereotiplərin yayılması
Psixoloji	Dəstək qrupları, motivasiya, emosional paylaşım imkanı	Özünəinamın azalması, sosial müqayisə, asılılıq
Siyasi	Vətəndaş fəallığının artması, sosial ədalət hərəkətlərinin təşkili	Dezinformasiya, saxta xəbərlərlə manipulyasiya
Təhsil və maarifləndirmə	Onlayn dərslər, məlumatın sürətli yayılması, tədris resursları	Qeyri-dəqiq məlumatların yayılması, diqqətin dağılması
İqtisadi	Rəqəmsal marketinq, kiçik bizneslərin təşviqi	Yaniltıcı reklamlar, istehlak yönümlü davranışların artması

Cədvəl 1.3.1-də (<https://www.weforum.org>) sosial medianın cəmiyyətə təsiri 6 əsas sahə üzrə – sosial, mədəni, psixoloji, siyasi, təhsil və maarifləndirmə, həmçinin iqtisadi istiqamətlərdə təhlil olunmuşdur. Hər sahə üzrə həm müsbət, həm də mənfi təsirlər qeyd olunaraq sosial medianın çoxşaxəli xarakteri əks etdirilmişdir.

Sosial sahədə sosial media insanların bir-biri ilə əlaqə qurmasına, ictimai kampaniyaların təşkili və yayılmasına şərait yaratsa da, eyni zamanda sosial təcrid, şəxsi həyatın gizliliyinin pozulması və onlayn zorakılıq kimi mənfi hallara da səbəb ola bilər.

Mədəni sahədə bu platformalar müxtəlif mədəniyyətləri bir araya gətirərək qarşılıqlı anlaşmanı gücləndirir, lakin bəzən mədəni dəyərlərin təhrif olunması və stereotiplərin yayılması kimi risklər də mövcuddur.

Psixoloji təsirlər baxımından sosial media istifadəçilərə dəstək və emosional rahatlıq məkanını təqdim etsə də, ideal həyat tərzini təsvirləri və davamlı müqayisə hissi özünəinamın azalmasına və psixoloji narahatlıqlara səbəb ola bilər.

Siyasi baxımdan bu platformalar vətəndaş fəallığını və ictimai iştirakçılığı gücləndirsə də, dezinformasiya və saxta xəbərlərin yayılması ilə ictimai rəyi manipulyasiya etmək üçün də istifadə oluna bilər.

Təhsil və maarifləndirmə sahəsində sosial media geniş öyrənmə imkanları və məlumatın əlçatanlığını təmin edir, lakin etibarsız mənbələrdən yayılan yanlış məlumatlar və diqqətin dağılması kimi mənfi təsirlər də mümkündür.

İqtisadi baxımdan isə sosial media kiçik bizneslər üçün effektiv reklam vasitəsinə çevrilmiş, eyni zamanda rəqəmsal marketinq sahəsində inqilabi dəyişikliklər yaratmışdır. Bununla belə, yanıltıcı reklamlar və istehlak yönümlü davranışların artması da problemli məqamlardandır. Sosial medianın istehlakçı davranışlarını dəyişdirməsi də iqtisadiyyata birbaşa təsir edir. Sosial şəbəkələr üzərindən edilən reklamlar, influencerlərin məhsul tövsiyələri və müştəri rəyləri istehlakçıların alış-veriş qərarlarını sürətləndirir. Bu, global bazarda istehlak veridirlərinin dəyişməsinə və müxtəlif sektorlarda yeni tələblərin yaranmasına gətirib çıxarır. İnkişaf edən tələblər, fərqli iqtisadi sektorlarda daha çevik və reaksiya verən bazar strukturlarının yaranmasına səbəb olur. (K.P. Brady, 2010, 154).

Cədvəl 1.3.1 sosial medianın cəmiyyətə tək yönlü deyil, həm müsbət, həm də mənfi təsir göstərən kompleks bir fenomen olduğunu göstərir. Bu təsirləri düzgün qiymətləndirmək və balanslı istifadəni təmin etmək cəmiyyətin sağlam inkişafı baxımından vacibdir.

Sosial medianın cəmiyyətə təsiri kontekstində onun normativ və hüquqi aspektləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu platformalar üzərindən yayılan məlumatların miqyası və sürəti, fərdi hüquqlar, informasiya təhlükəsizliyi və ictimai sabitlik məsələlərini bir arada gündəmə gətirir. Məhz bu səbəbdən dünya ölkələri sosial medianın hüquqi çərçivəsini müəyyənləşdirmək və onu ictimai maraqlarla uyğun şəkildə tənzimləmək istiqamətində müxtəlif qanunverici təşəbbüslər həyata keçirmişlər (C.S. Andreassen, 2012, 67).

Ön vacib məsələlərdən biri şəxsi məlumatların qorunmasıdır. Sosial media platformaları istifadəçilərin fərdi məlumatlarını toplayır, emal edir və bəzən üçüncü tərəflərlə bölüşür. Bu isə məxfilik hüququnun pozulması riskini artırır. Avropa İttifaqında qəbul olunmuş Ümumi Məlumatların Qorunması Qaydası (GDPR) bu sahədə nümunəvi bir hüquqi sənəd hesab edilir. Bu qayda fərdlərə şəxsi məlumatlarının idarəsi üzərində geniş hüquqlar verir və sosial media

şirkətlərini məlumatın şəffaf, məqsədəuyğun və hüquqi əsaslarla işlənməsinə məcbur edir (S.Zuboff, 2015, 103).

Digər bir aktual məsələ sosial mediada nifrət nitqlərinin, zorakılığı təşviq edən və ya saxta xəbərlərin yayılması ilə bağlıdır. Bu kontekstdə platforma məsuliyyəti anlayışı ön plana çıxır. Məsələn, Almaniyada qüvvədə olan NetzDG qanunu sosial media şirkətlərini zərərli məzmunu 24 saat ərzində silməyə məcbur edir. ABŞ-da isə 1996-cı ildən qüvvədə olan Communications Decency Act-ın 230-cu bölməsi platformaları istifadəçi məzmununa görə hüquqi məsuliyyətdən qoruyur. Bu, liberal və müdaxiləçi hüquqi modellər arasında ciddi fərq olduğunu göstərir. Azyaşlıların və yeniyetmələrin hüquqlarının qorunması sosial medianın hüquqi tənzimləməsində ayrıca diqqət tələb edir. Birləşmiş Krallığın “Age Appropriate Design Code” adlı qanunu bu sahədə xüsusi qeyd olunmalıdır. Bu tənzimləmə azyaşlı istifadəçiləri riskli məzmunlardan və təzyiqedic dizayn elementlərindən qorumağa yönəlib, həmçinin ekran vaxtının azaldılması və məlumatların istifadəsində şəffaflığın təmin olunmasını hədəfləyir (Z.Tufekci, 2014, 89).

Azərbaycan kontekstində sosial media ilə bağlı hüquqi çərçivələr əsasən informasiya təhlükəsizliyi və istifadəçi hüquqlarının ümumi qorunması prinsiplərinə əsaslanır. “İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında qanun”, eləcə də “Kibertəhlükəsizlik strategiyası (2022–2027)” kimi sənədlər bu sahədə əsas normativ bazanı təşkil edir. Lakin sosial media platformalarının konkret fəaliyyətlərinə dair daha spesifik tənzimləmələrin hazırlanmasına ehtiyac qalmaqdadır.

Bu səbəbdən sosial medianın hüquqi tənzimlənməsi yalnız texniki və inzibati məsələ deyil, həm də ictimai rifah və fərdi azadlıqların balanslaşdırılması baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Hüquqi mexanizmlər platformaların məsuliyyətini müəyyənləşdirməli, vətəndaşların hüquqlarını qorumaq və eyni zamanda informasiya cəmiyyətində açıq və təhlükəsiz mühitin formalaşmasına xidmət etməlidir.

Cədvəl 1.3.2. Sosial media platformalarının interaktivlik səviyyəsi və təsir spektri

Platform	İnteraktivlik səviyyəsi (1–10)	Cəmiyyətə təsir spektri (1–10)	Əsas təsir sahələri
Facebook	9	8	Siyasi, sosial, maarifləndirmə
Instagram	8	7	Mədəni, psixoloji
TikTok	10	9	Psixoloji, mədəni, təhsil

YouTube	7	8	Maarifləndirmə, təhsil, sosial
Twitter/X	6	9	Siyasi, sosial, informasiya paylaşımı

Cədvəl 1.3.2 (<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>) sosial media platformalarının interaktivlik səviyyəsi və cəmiyyətə təsir spektri baxımından müqayisəli qiymətləndirilməsini təqdim edir. İnteraktivlik səviyyəsi istifadəçilərin platformada keçirdiyi vaxt, paylaşım intensivliyi və qarşılıqlı əlaqə imkanları əsasında təyin olunmuşdur. Təsir spektri isə sosial medianın fərqli sahələrə, siyasi, sosial, psixoloji və təhsil sahələrinə təsir dərəcəsini əks etdirir. Məsələn, TikTok yüksək interaktivlik və mədəni-psixoloji təsir potensialı ilə seçilərkən, Facebook həm sosial şəbəkələşmə, həm də siyasi və maarifləndirici kampaniyalar üçün geniş təsir imkanlarına malikdir. YouTube və Instagram daha çox vizual və təhsil yönümlü məzmunlarla fərqlənir. Bu cədvəl sosial medianın yalnız texniki alət kimi deyil, eyni zamanda ictimai dinamikanı formalaşdıran çoxfunksiyalı bir vasitə olduğunu göstərir.

1.4 Rəqəmsal savadlılıq və sosial media alətlərinin öyrənmə prosesinə inteqrasiyası

Müasir dövrdə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının və xüsusilə sosial medianın sürətli inkişafı təhsil sistemində yeni yanaşmaların meydana çıxmasına səbəb olmuşdur. Artıq ənənəvi tədris metodları ilə yanaşı, rəqəmsal platformaların və sosial media alətlərinin istifadəsi öyrənmə prosesinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Bu kontekstdə tələbələrə rəqəmsal savadlılıq səviyyəsi və sosial media alətlərindən düzgün istifadə bacarığı onların akademik fəaliyyətinə birbaşa təsir göstərən əsas faktorlardan biri kimi çıxış edir (S.F Abdullayeva, 2019).

Rəqəmsal savadlılıq sadəcə texnoloji alətlərdən istifadə bacarığı deyil, eyni zamanda informasiyanın düzgün axtarılması, təhlil olunması, etibarlılığının qiymətləndirilməsi və etik qaydalara əsasən paylaşılması kimi kompleks bacarıqları əhatə edir. Tələbələrə bu bacarıqlara sahib olmaları onların təhsil prosesində daha fəal iştirak etməsini, müstəqil şəkildə araşdırmalar aparmasını və məlumatlardan səmərəli şəkildə faydalanmasını təmin edir (Selwyn, N. 2009).

Sosial media alətləri isə öyrənmənin daha interaktiv və dinamik şəkildə həyata keçirilməsinə imkan yaradır. YouTube, Telegram, WhatsApp, Instagram kimi platformalar müəllim və tələbə arasında sürətli əlaqə qurulmasını, öyrədici məzmunların vizual və səsli

şəkildə paylaşılmasını və qrup şəklində müzakirələrin aparılmasını mümkün edir. Eyni zamanda, sosial media vasitəsilə tələbələr öz biliklərini başqaları ilə paylaşmaq, tədris mövzuları üzrə müzakirələrdə iştirak etmək və qlobal təhsil resurslarına çıxış əldə etmək imkanına malik olurlar. Bu bölmədə rəqəmsal savadlılığın və sosial media alətlərinin tələbələrin öyrənmə mühitinə integrasiyası, bunun üstünlükləri və qarşıya çıxan çətinliklər araşdırılacaq, həmçinin konkret nümunələr və təcrübələr əsasında bu prosesin effektivliyinə dair ümumi nəticələr təqdim olunacaq (A. Kaplan, 2010, 56).

Rəqəmsal savadlılıq günümüzün təhsil mühitində tələbələr üçün zəruri bacarığa çevrilmişdir. İnformasiya bolluğu və rəqəmsal mənbələrin çoxluğu şəraitində tələbənin bu məlumatları düzgün seçə, təhlil edə və istifadə edə bilməsi onun akademik uğurunu müəyyən edən əsas amillərdəndir. Rəqəmsal savadlılıq yalnız texnoloji vasitələrdən istifadə bacarığı ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda informasiya təhlükəsizliyi, mənbə etibarlılığı və rəqəmsal etika kimi anlayışları da əhatə edir. Bu baxımdan tələbələrin tənqidi düşünmə, məlumatı qiymətləndirmə və rəqəmsal mühitdə məsuliyyətli davranma bacarıqları təhsil sisteminin əsas hədəflərindən biri olmalıdır (Moran, M., Seaman, J., & Tinti-Kane, H. 2011).

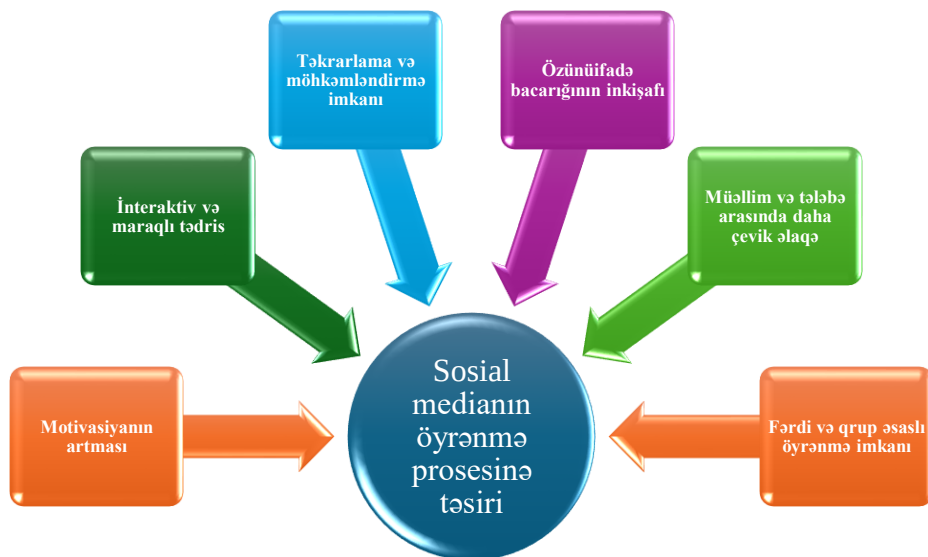
Sosial media alətləri isə tədris prosesinə çevik və interaktiv yanaşma təqdim edir. Ənənəvi dərş resurslarından fərqli olaraq, bu alətlər təhsil prosesini vizual, audio və praktik baxımdan zənginləşdirərək tələbələrin öyrənməyə marağını artırır. Məsələn, YouTube platformasında dərş videolarının izlənməsi tələbələrə istənilən zaman və məkanda mövzuları təkrar nəzərdən keçirmək imkanı yaradır. WhatsApp və Telegram kimi mesajlaşma proqramları tələbə-müəllim əlaqəsini gücləndirir, qrup işlərinin təşkilini asanlaşdırır və dərşdənkənar sual-cavab imkanları yaradır. Sosial media vasitəsilə tələbələr beynəlxalq təhsil icmalarına qoşula, mütəxəssislərin məqalələrini və çıxışlarını izləyə, hətta onlarla birbaşa əlaqə quraraq öz inkişaflarını davam etdirə bilirlər. Bu, yalnız bilik əldə etmək deyil, həm də öyrənilən biliklərin praktik tətbiqini görmək və tədris prosesində fəal iştirak etmək imkanı verir. Instagram və TikTok kimi platformalarda isə qısa, diqqətcəlbədicə və yaradıcı məzmunlar vasitəsilə təhsil məlumatlarının təqdim edilməsi müasir tələbə nəslinə daha uyğun yanaşma forması kimi çıxış edir (Wodzicki, K., Schwämmlein, E., & Moskaliuk, J. 2012 s,9-14).

Lakin sosial medianın öyrənmə prosesinə integrasiyası yalnız imkanlarla məhdudlaşmır; bu mühitdə bəzi risklər və çətinliklər də mövcuddur. Diqqətin tez dağılması, məzmunun səthi qavranılması, qeyri-etibarlı mənbələrdən istifadə və rəqəmsal asılılıq bu sahədə əsas problemlər sırasında yer alır. Buna görə də rəqəmsal savadlılıq yalnız texniki biliklərlə deyil, eyni zamanda sağlam rəqəmsal davranış formalaşdırmaqla gücləndirilməlidir.

Tələbələrin sosial medianı yalnız əyləncə deyil, həm də öyrənmə aləti kimi dərk etməsi və bu istiqamətdə yönləndirilməsi müasir təhsil sisteminin əsas vəzifələrindən biridir. Bu məqsədlə ali və orta ixtisas təhsil müəssisələrində rəqəmsal bacarıqların inkişafına yönəlmiş proqramların hazırlanması və sosial media alətlərinin tədrisə düzgün inteqrasiyası vacib əhəmiyyət daşıyır. Beləliklə, rəqəmsal savadlı və sosial mediadan düzgün istifadə edən tələbələr həm akademik, həm də şəxsi inkişaf baxımından daha çevik və bacarıqlı fərdlərə çevrilirlər (Zheng, B., & Warschauer, M. 2015 s 72-79).

Rəqəmsal savadlılıq tələbələrin informasiya texnologiyalarından səmərəli istifadə etmə bacarığını əhatə edir. Bu bacarıqlar tələbənin sosial media alətlərindən düzgün və məqsədyönlü şəkildə istifadə etməsinə imkan yaradır. Daha sonra bu alətlər, məsələn, YouTube, Telegram, WhatsApp və digər platformalar, öyrənmə mühitinin çevikliyini və interaktivliyini artıraraq tədris prosesini daha əlçatan və maraqlı edir. Sosial media alətlərinin istifadəsi öyrənmə prosesinə müsbət təsir göstərir: tələbələrin motivasiyası artır, təkrarlama və özünüifadə imkanları genişlənir, müəllim-tələbə münasibətləri daha operativ və dinamik hala gəlir. Bu prosesin sonunda tələbənin akademik fəaliyyəti güclənir və bu, ilkin mərhələyə – sosial medianın ümumi təsirinə – qayıdaraq dövrü bir mexanizm yaradır. Sxem sosial medianın akademik fəaliyyətə təsirini yalnız statik deyil, dinamik və qarşılıqlı şəkildə inkişaf edən bir proses kimi təqdim edir (Balakrishnan, V., & Gan, C. L. 2016 s 190-199).

Şəkil 1.4.1. Sosial medianın öyrənmə prosesinə təsir aspektləri



Şəkil 1.4.1- də (<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.08.004> sosial medianın öyrənmə prosesinə təsiri müxtəlif istiqamətlər üzrə təsnif olunaraq təqdim edilir. Mərkəzdə yer alan sosial medianın öyrənmə prosesinə təsiri anlayışı altı əsas istiqamətə ayrılır və hər biri bu təsirin konkret bir aspektini izah edir. Sosial media öyrənməyə marağı artırmaqla yanaşı, tələbələrdə daxili motivasiyanın güclənməsinə səbəb olur. Müxtəlif interaktiv məzmunlar və fərqli təqdimat üsulları sayəsində tələbələrin dərslərə olan marağı yüksəlir və onlar öyrənməyə daha fəal şəkildə qoşulurlar.

Sosial media interaktiv və maraqlı tədris mühitinin formalaşmasına kömək edir. Müəllimlər və tələbələr arasında müzakirələr, canlı yayımlar və sual-cavab sessiyaları dərslərin daha dinamik və cəlbədicə şəkildə aparılmasını təmin edir. Sosial medianın digər önəmli təsiri tələbələrə təkrar və möhkəmləndirmə imkanı verməsidir. Paylaşılan məzmunların istənilən vaxt yenidən izlənməsi və istifadə olunması, fərdi öyrənmə tempinə uyğun tədris prosesini mümkün edir. Tələbələrin özünüifadə bacarığı da bu mühitdə inkişaf edir. Sosial platformalarda fikir paylaşımı, təqdimat hazırlığı, video və yazılı məzmunların yaradılması tələbələrin yaradıcı və tənqidi düşünmə bacarıqlarını gücləndirir (Selwyn, N. 2009 s 157-174).

Eyni zamanda, müəllim və tələbə arasında çevik əlaqənin qurulması sosial medianın əhəmiyyətli üstünlüklərindən biridir. Dərslərdən vaxtlarda belə müəllimlərə sual vermək, tapşırıqları müzakirə etmək və dərslər materialları almaq asanlaşır. Sosial media həm də fərdi və qrup əsaslı öyrənməni dəstəkləyir. Tələbələr təkbaşına məlumat toplamaqla yanaşı, qrup müzakirələrinə qoşularaq birgə öyrənmə təcrübəsi qazanırlar. Bu xüsusiyyətlər birlikdə sosial medianın təhsil prosesində necə funksional və çoxistiqamətli təsirə malik olduğunu nümayiş etdirir.

Müəllimlər üçün nəzərdə tutulmuş Milli Təhsil Texnologiyaları Standartları (NETS) və Təhsildə Texnologiya üzrə Beynəlxalq Cəmiyyətin (ISTE) araşdırmalarına əsasən, tələbələrin və müəllimlərin XXI əsr texnologiyasından necə istifadə etməli olduqları müəyyənləşdirilmiş və bu istiqamətdə bir sıra əsas bacarıqlar formalaşdırılmışdır (ISTE Standards for Students) (Cansoy, R., 2018). Bu bacarıqlar aşağıdakı altı əsas istiqaməti əhatə edir:

- Yenilik və innovasiya – Tələbələr texnologiyadan istifadə edərək yaradıcı ideyalar ortaya qoymalı, yeni və orijinal məhsullar formalaşdırmağa təşəbbüs göstərməlidirlər.
- Ünsiyyət və əməkdaşlıq – Tələbələr öz öyrənmə proseslərini aktiv şəkildə idarə etməli, digər şəxslərlə effektiv əməkdaşlıq qurmalı və qarşılıqlı öyrənməyə töhfə verməyi bacarmalıdirlər.

- Rəqəmsal vətəndaşlıq – Tələbələr texnologiyadan etik, məsuliyyətli və təhlükəsiz şəkildə istifadə etməyi öyrənməli, rəqəmsal mühitdə sosial və hüquqi normalara riayət etməlidirlər.
- Texnoloji prosesləri və konsepsiyaları anlama – Bu bacarıq tələbələrin texnologiya ilə bağlı alətləri, sistemləri və anlayışları mənimsəmələrini nəzərdə tutur.
- Araşdırma və informasiya savadlılığı – Tələbələr hər hansı mövzu ilə bağlı müstəqil şəkildə araşdırma aparmalı, informasiya mənbələrini düzgün seçməli və müasir texnologiyadan effektiv istifadə etməyi bacarmalıdırlar.
- Tənqidi düşünmə, problem həll etmə və qərarvermə – Tələbələr qarşılaşdıqları problemləri analiz etməyi, uyğun qərarlar qəbul etməyi, layihə hazırlamağı və bu proses ərzində yaranan çətinlikləri səmərəli şəkildə aradan qaldırmağı bacarmalıdırlar.

Honq Konq da medianın rolunun əhəmiyyətli olduğu tez-tez vurğulayır. Bu baxımdan, media savadlılığına sahib olan bir fərdin göstərdiyi əsas davranış xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi qeyd olunur (Görmez, E., 2014):

- Medianın gündəlik həyata göstərdiyi təsirin şüurlu şəkildə dərk edilməsi;
- Medianın təqdim etdiyi məlumat və fəaliyyətləri təhlil və interpretasiya edə bilmə bacarığı;
- Mediadan səmərəli və məqsədyönlü şəkildə istifadə edərək öyrənmə qabiliyyəti.

1.5 Sosial öyrənməyə əsaslanan pedaqoji nəzəriyyələr

Öyrənmə insan həyatında ömür boyu davam edən və fərdin davranışında qalıcı izlər buraxan mürəkkəb bir proses kimi dəyərləndirilir. Bu proses insanın doğumundan başlayaraq əvvəl ailə mühiti, daha sonra isə müəllimlər, sosial əhatə və dostlarla olan qarşılıqlı əlaqə və təcrübələr vasitəsilə formalaşır. Fərdlər üçün ilk ünsiyyət mühiti ailə olmaqla, bu proses məktəbdə planlı və məqsədli şəkildə davam etdirilərək öyrənmə–öyrətmə fəaliyyətinin əsas komponentlərini təşkil edir. Öyrənmə anlayışı təhsil və pedaqoji qarşılıqlı əlaqənin demək olar ki, bütün aspektlərini əhatə edir. Bu anlayış insanın yaradıcılıq qabiliyyətinin, bacarıqlarının, vərdişlərinin inkişafını və münasibətlərinin möhkəmləndirilməsini də əhatə edir. Öyrənmə prosesi fərdin ətraf mühitlə qarşılıqlı əlaqədə olduğu müxtəlif situasiyalar zamanı baş verir və bu proses nəticəsində yeni bilik, bacarıq, dəyər və münasibətlər qazanılır ki, bunlar da davranış dəyişikliyinin əsasını təşkil edir (Schunk, D. H. 2012, s83).

Cəmiyyətdə fərdlər, xüsusilə uşaqlar, digər insanları müşahidə edərək və onları model götürərək öyrənirlər. Onlar başqalarının davranışlarının mükafatlandırıldığını və ya cəzalandırıldığını müşahidə edərək, hansı davranışların qəbul edildiyini və ya rədd edildiyini anlayırlar. Bu səbəbdən, sosial öyrənmə anlayışı “başqalarını müşahidə edərək ətraf mühitdən öyrənmə” və ya “cəmiyyət daxilində öyrənmə” kimi də izah olunur. Məsələn, velosiped sürmə, üzmə kimi bir çox bacarıq sınaq-səhv yolu ilə qazanılsa da, bəzi hallarda insanlar bu bacarıqları başqalarını müşahidə edərək öyrənirlər (J.E.Ormrod, 2016, s69).

İnsanların müşahidə və modelləşdirmə yolu ilə öyrənmə biləcəyi fikri tarixi baxımdan Platon və Aristotələ qədər uzanır. Onların fikrincə, təhsil prosesində şagirdlər üçün nümunə ola biləcək ən yaxşı modellərin seçilərək təqdim olunması, öyrənməni təşviq edən əsas üsullardan biri sayılırdı. Daha sonra bu yanaşmanı inkişaf etdirən John Dewey olmuşdur. Onun fikrincə, insan sosial qarşılıqlı təsirlər nəticəsində öz düşüncə və təcrübələrini paylaşaraq zamanla fərdi yaddaş formalaşdırır. Bu, öyrənmənin yalnız fərdi deyil, həm də sosial kontekstdə formalaşdığını göstərir (Senemoğlu, 2013, s. 220).

“Sosial öyrənmə” anlayışı ilk dəfə 1947-ci ildə Julian Rotter tərəfindən elmi ədəbiyyata daxil edilmişdir. Rotter insanı həyat təcrübələrini yönləndirmə qabiliyyətinə malik, şüurlu bir varlıq kimi xarakterizə edir. Onun fikrincə, insan davranışlarına təsir edən əsas amillərdən biri xarici stimullar və bu stimullara verilən müsbət və ya mənfi gücləndirmə prosesidir. Rotterə görə fərdin şəxsiyyəti, onun özü ilə ətraf mühit arasındakı qarşılıqlı münasibətlərin nəticəsidir. Buna görə də insan davranışlarını dərk etmək üçün onun əvvəlki təcrübələrini və qarşılaşdığı stimullara reaksiyalarını analiz etmək zəruridir (J.P.Gee, 2003, 22).

Sosiokultural nəzəriyyə sosial qarşılıqlı əlaqəni və mədəni konteksti öyrənmənin əsas elementi hesab edir. Bu nəzəriyyəyə uyğun olaraq, sosial media istifadəçilərə birgə müzakirələr aparmaq, qrup şəklində öyrənmək və mədəniyyətlərarası fikir mübadiləsi aparmaq imkanı verir. Forumlar, qrup çatları və canlı yayımlar bu funksiyanı dəstəkləyir (Al-Rahmi, W. M., Othman, M. S., & Yusuf, L. M. 2015 s112).

Konstruktivist yanaşmaya görə, tələbə bilikləri özü qurur və bunu real təcrübəyə əsaslanaraq edir. Sosial media platformaları tələbələrə bloq yazmaq, layihə hazırlamaq və öz öyrədici məzmunlarını paylaşmaq imkanı təqdim edərək, onları fəal və yaradıcı öyrənənə çevirir. Kooperativ öyrənmə nəzəriyyəsində isə əməkdaşlıq və qrup işinə əsaslanan təhsil vacib yer tutur. Sosial media vasitəsilə tələbələr birgə layihələr hazırlaya, qrup şəklində təqdimatlar

təşkil edə və bir-birilərini dəstəkləyə bilirlər. Telegram və WhatsApp kimi platformalar bu məqsədlə tez-tez istifadə olunur.

Hovard Qardner tərəfindən irəli sürülmüş çoxnövlü intellekt nəzəriyyəsi insanın təfəkkür və öyrənmə qabiliyyətlərinin müxtəlif sahələrdə fərqləndiyini iddia edir. Bu nəzəriyyəyə görə hər bir insanın öyrənmə üsulu fərqli intellekt növlərinə (məntiqi-riyazi, verbal-linqvistik, vizual-məkan, musiqi, bədən-kinestetik, naturalist, şəxslərarası və şəxsdaxili) əsaslanır. Müasir dövrdə sosial media platformalarının artan təsiri bu nəzəriyyə ilə paralel şəkildə tələbələrin fərqli öyrənmə ehtiyaclarını qarşılamaq potensialına malikdir. Sosial media müxtəlif intellekt növlərinə uyğun öyrənmə mühitləri yaratmaq baxımından əhəmiyyətli imkanlar təqdim edir. Məsələn, vizual-məkan intellektinə malik tələbələr üçün Instagram, Pinterest, Youtube kimi platformalarda təqdim olunan qrafiklər, vizual tədris videoları daha effektiv öyrənməyə şərait yaradır. Verbal-linqvistik intellekti üstün olanlar üçün isə bloq yazıları, forum müzakirələri və şərhlər vasitəsilə fikir mübadiləsi əhəmiyyətli öyrənmə resursudur. Eyni zamanda şəxslərarası intellekt sahibləri üçün sosial media üzərindən qurulan əməkdaşlıq, qrup müzakirələri və onlayn layihə işləri biliklərin sosial qarşılıqlı əlaqə yolu ilə qurulmasına şərait yaradır. Bundan əlavə, şəxsdaxili intellektə sahib olan tələbələr üçün sosial media öz-özünə təhlil aparma və fərdi öyrənmə prosesini stimullaşdıran fərdi bloq və qeydlər vasitəsilə öyrənməyi asanlaşdırır. Musiqi intellekti olanlar isə YouTube və Spotify kimi platformalarda audio və ritm əsaslı öyrənmə məzmunları ilə yüksək nəticələr əldə edə bilirlər. (Gardner. 1963)

İnformasiyaya əsaslanan öyrənmə yanaşması isə tələbələrin informasiya axtarma, təhlil etmə və düzgün istifadə etmə bacarıqlarını ön plana çəkir. Sosial mediada bu, tələbələrin etibarlı mənbələrdən məlumat əldə etməsi, maarifləndirici səhifələri izləməsi və rəqəmsal savadlıqlarını artırması ilə əlaqədardır (Manca, S., & Ranieri, M. 2016 s216-230).

Sosial öyrənmə yanaşmalarında sosial medianın rolu yalnız nəzəri əsaslarla məhdudlaşmır, eyni zamanda tədris prosesində konkret tətbiqlərlə özünü göstərir. Müasir təhsil mühitində sosial media platformaları tələbələr arasında bilik paylaşımı, qrup işlərinin təşkili, onlayn müzakirələr və interaktiv öyrənmə üsullarının həyata keçirilməsi üçün geniş istifadə olunur. Bu da göstərir ki, sosial media pedaqoji nəzəriyyələrin tətbiqində funksional və çevik bir vasitəyə çevrilmişdir. Tədris prosesində sosial media vasitəsilə təşkil olunan kooperativ öyrənmə üsulları tələbələrin birgə işləmə bacarıqlarını inkişaf etdirir. Qrup şəklində aparılan layihələr, təqdimatlar və müzakirələr, tələbələrdə yalnız mövzu ilə bağlı biliyin deyil, həm də ünsiyyət, əməkdaşlıq və məsuliyyət kimi sosial bacarıqların formalaşmasına şərait yaradır.

Məsələn, Telegram və WhatsApp qruplarında mütəmadi dərs müzakirələri, Facebook vasitəsilə öyrədici səhifələrin izlənməsi və YouTube-da qrup layihələrinin video təqdimat şəklində hazırlanması buna konkret nümunələrdir.

Sosial media həm də tələbələr üçün qeyri-formal öyrənmə imkanları yaradır. Ənənəvi sinif çərçivəsindən kənarda tələbələr maraq göstərdikləri mövzularda sərbəst şəkildə informasiya toplaya, biliklərini dərinləşdirə və fərdi öyrənmə tərzinə uyğun metodlar tətbiq edə bilirlər. Məsələn, vizual öyrənməyə üstünlük verən tələbələr infoqrafikalar və qısa video məzmunlar vasitəsilə daha yaxşı nəticələr əldə edə bilirlər. Bu, təhsildə fərdiləşdirmə və şagirdmərkəzli yanaşmanın reallaşmasına xidmət edir. Sosial media yaradıcı ifadə və özünüifadə bacarığını gücləndirən mühüm platformalardan biridir. Tələbələr öz fikirlərini məqalə, bloq yazısı, təqdimat və ya video şəklində ifadə edərək daha geniş auditoriya ilə paylaşır, rəy və geribildirim alır, bu da onların tənqidi və yaradıcı düşünmə qabiliyyətlərini inkişaf etdirir. Sosial medianın bu funksiyası tələbələri passiv informasiya istehlakçısından aktiv bilik istehsalçısına çevirir (Chugh, R., & Ruhi, U. 2018 s605-616).

Sosial medianın öyrənmə mühitinə inteqrasiyası ilə bağlı bəzi çətinliklər və risklər də mövcuddur. İnformasiyanın doğruluğunun yoxlanmaması, diqqətin tez yayınması, rəqabət təzyiqi və akademik qeyri-səmimiyyət kimi hallar bu mühitin düzgün idarə olunmadıqda mənfi təsirlər yarada biləcəyini göstərir. Bu səbəbdən, tələbələrdə yalnız texniki bacarıqlar deyil, eyni zamanda rəqəmsal məsuliyyət, informasiya savadlılığı və etik davranış formalaşdırılmalıdır.

Sosial medianın təhsildə uğurlu tətbiqi üçün onun pedaqoji məqsədlərə uyğun planlaşdırılması və düzgün idarə olunması vacibdir. Müəllimlər sosial media vasitələrindən sadəcə texnoloji vasitə kimi deyil, interaktiv, yaradıcı və tələbə yönümlü tədris vasitəsi kimi istifadə etməlidirlər. Tələbələr isə bu platformaları sadəcə əyləncə deyil, həm də öyrənmə və inkişaf aləti kimi qəbul etməlidirlər. Bu yanaşma, müasir təhsilin əsas məqsədi olan tənqidi düşüncə, yaradıcı və sosial bacarıqlara malik tələbələrin yetişdirilməsinə töhfə verir (Dhir, A., Buragga, K., & Boreqqah, A. A. 2013 s672-691).

Sosial öyrənmə nəzəriyyəsini sistemləşdirən digər mühüm nəzəriyyəçi isə rus psixoloqu Lev Vıqotskidir. O, “yaxın inkişaf zonası” (zone of proximal development) anlayışını irəli sürərək, öyrənmənin sosial mühitdə, öyrənənin maraqları çərçivəsində və daha təcrübəli şəxslərin rəhbərliyi ilə baş verdiyini vurğulamışdır. Bu baxış sosial öyrənmənin yalnız passiv müşahidəyə əsaslanmadığını, eyni zamanda qarşılıqlı sosial münasibətlərin və bələdçilik edən modellərin rolunu ön plana çəkdiyini göstərir.

1.5.1 Lev Vıqotskinin “sosial inkişaf” nəzəriyyəsi

Lev Vıqotski pedaqogika və psixologiya sahəsində müasir öyrənmə nəzəriyyələrinin formalaşmasına mühüm töhfələr vermiş rus psixoloqudur. Onun əsas elmi töhfəsi “sosial inkişaf nəzəriyyəsi”dir. Bu nəzəriyyəyə əsasən insan öyrənməsi sosial kontekstdə baş verir, biliklərin mənimsənilməsi üçün qarşılıqlı ünsiyyət və əməkdaşlıq vacib rol oynayır. Vıqotskiyə görə öyrənmə yalnız fərdi zehni fəaliyyətlə izah oluna bilməz, əksinə, bu proses daha təcrübəli fərdlərlə – müəllimlərlə, valideynlərlə, həmyaşıdlarla sosial qarşılıqlı əlaqə nəticəsində baş verir. Bu baxış, onun “yaxın inkişaf zonası” (YİZ) anlayışı ilə izah olunur. YİZ, bir fərdin təkbəşinə yerinə yetirə bilməyəcəyi, lakin başqalarının köməyi ilə icra edə biləcəyi fəaliyyətlər sahəsini ifadə edir. Məhz bu sahədə öyrətmə və öyrənmə daha təsirli və məhsuldar olur (J.V.Wertsch, 1991, s78).

Vıqotskinin nəzəriyyəsi təhsildə “konstruktivist” yanaşmanın təməlini təşkil edir. O, öyrənməni passiv bilik ötürülməsi kimi deyil, aktiv və sosial konstruksiya prosesi kimi görür. Bu yanaşma, xüsusilə müasir dövrdə interaktiv təlim texnologiyalarının və sosial öyrənmə platformalarının artması ilə daha aktual olmuşdur.

Vıqotskiyə görə insan öyrənməsi sosial qarşılıqlı təsir nəticəsində formalaşır və bu proses zamanı daha təcrübəli fərdlərin – müəllimlərin, həmyaşıdların və ya digər bilikli şəxslərin rolu böyükdür. Onun “yaxın inkişaf zonası” (YİZ) anlayışı isə tələbənin özbaşına edə bilmədiyi, lakin sosial dəstək və yönləndirmə ilə bacara biləcəyi fəaliyyətlərə diqqət çəkir.

Bu nəzəriyyə sosial medianın təhsil sahəsində istifadəsi ilə birbaşa əlaqələndirilə bilər. Sosial media platformaları – forumlar, təhsil qrupları, interaktiv şəbəkələr və onlayn təlim icmaları tələbələrin həmyaşıdları və müəllimlərlə real zamanlı və asinxron şəkildə qarşılıqlı əlaqə qurmasına imkan verir. Beləliklə, tələbələr sosial media üzərindən təlimatlandırıcı dəstək alaraq, YİZ daxilində olan bilik və bacarıqları mənimsəyə bilirlər. (V. Veer, R., Valsiner, J. 1991, s200). Eyni zamanda, sosial media vasitəsilə müxtəlif mənbələrə çıxış, fikir mübadiləsi və əməkdaşlıq öyrənmənin aktiv, dialoji və konstruktiv prosesə çevrilməsinə şərait yaradır. Bu da Vıqotskinin sosial qarşılıqlı təsirin öyrənmədəki əhəmiyyətini vurğulayan yanaşması ilə üst-üstə düşür. Nəticə etibarilə, Vıqotskinin nəzəriyyəsi sosial medianın öyrənməni necə dəstəklədiyini izah etmək üçün güclü bir nəzəri çərçivə təqdim edir. Sosial media, tələbələrin

koqnitiv inkişafalarını stimullaşdıran sosial qarşılıqlı təsir mühitləri yaratmaqla, onların təlim prosesində daha fəal iştirakçı olmalarına şərait yaradır. (Daniels, H. 2001, s89).

1.5.2 Albert Banduranın “sosial öyrənmə” nəzəriyyəsi

Albert Bandura sosial öyrənmə nəzəriyyəsini ən təsirli şəkildə 1977-ci ildə həyata keçirdiyi məşhur “Bobo oyuncağı” təcrübəsi ilə dünyaya tanıtmışdır. Bu təcrübədə bir otağa “Bobo” adlandırılan oyuncaq yerləşdirilmiş və Banduranın köməkçisi otağa girərək oyuncağa qarşı aqressiv davranışlar sərgiləmişdir. O, oyuncağa qışqırmış, təhqiredici sözlər demiş və əlindəki əşyaları oyuncağa atmışdır. Bu davranışların görüntüsü lentə alınaraq üç fərqli uşaq qrupuna göstərilmişdir: (A.Bandura, 1986, s310)

Birinci qrupa modelin davranışlarının mükafatlandırıldığı video göstərilmiş və bu uşaqlara eyni Bobo oyuncağı verildikdə, onlar da müşahidə etdikləri aqressiv davranışları təkrar etmişlər. İkinci qrupa isə modelin davranışlarının cəzalandırıldığı video göstərilmiş və bu qrupdakı uşaqlar arasında oyuncağa qarşı ən az aqressiv davranış müşahidə olunmuşdur. Üçüncü qrupa isə neytral davranışların yer aldığı – yəni nə mükafatlandırılan, nə də cəzalandırılan – görüntü izlədilmiş və bu qrupdakı uşaqların davranışları yuxarıdakı iki qrup arasında yer almışdır.

Bu təcrübənin nəticəsi olaraq, uşaqların mükafatlandırılan davranışlara daha çox meyilli olduqları, cəzalandırılan davranışlara qarşı isə daha az aqressiv davranışları müşahidə olunmuşdur. Həm müsbət, həm də mənfi davranışlar müşahidəyə əsasən öyrənilmiş, lakin bu davranışların təqlidi mükafat və cəzaya görə dəyişiklik göstərmişdir. (A.Bandura, 1997, s220)

Albert Banduranın sosial öyrənmə nəzəriyyəsi sosial media vasitəsilə öyrənmə proseslərini izah etmək baxımından son dərəcə aktual və izahlı bir çərçivə təqdim edir. Bu nəzəriyyəyə əsasən öyrənmə yalnız birbaşa təcrübə yolu ilə deyil, həm də müşahidə, model götürmə və təqlid yolu ilə baş verir. Sosial media isə məhz bu müşahidəyə əsaslanan öyrənmə mühitini gücləndirən bir platforma kimi çıxış edir. Sosial mediada istifadəçilər müxtəlif mövzularda – istər akademik, istərsə də sosial sahələrdə – nüfuzlu şəxsləri, yaşlılarını və ya tanınmış simaları müşahidə edərək davranış və məlumat modelləri formalaşdırırlar. (D.H.Schunk, 2006, s75).

Banduranın vurğuladığı “modelin müşahidəsi”, “güc və cəza mexanizmləri” və “təqlid prosesi” sosial media mühitində də eynilə müşahidə olunur. Məsələn, sosial şəbəkələrdə

müəyyən davranışların (məsələn, aktiv öyrənmə üsulları, məhsuldar zaman idarəetməsi və s.) yüksək “bəyənmə”, “şərh” və “paylaşma” ilə mükafatlandırılması həmin davranışların digər istifadəçilər tərəfindən də təqlid edilməsinə səbəb olur.

Bundan əlavə, sosial media vasitəsilə öyrənmə prosesində Banduranın nəzəriyyəsində yer alan “özünütənzimləyici öyrənmə”, “özünəinam” və “effektivlik gözləntisi” anlayışları da əhəmiyyətli yer tutur. Şagird və tələbələr sosial mediada uğurlu öyrənmə nümunələri ilə qarşılaşdıqda, onlar da özlərinə qarşı daha yüksək gözləntilər formalaşdıraraq təqlid və təcrübə yolu ilə oxşar nailiyyətlər əldə etməyə çalışırlar (C.Grenhow, 2016, s26).

Nəticə etibarilə, Banduranın sosial öyrənmə nəzəriyyəsi sosial medianın öyrənmə üzərindəki təsirini izah etmək üçün nəzəri əsas yaradır və sosial mediada passiv iştirak belə müşahidəyə əsaslanan aktiv öyrənmə davranışına çevrilə bilər.

1.6 Müasir dövrdə beynəlxalq təcrübənin tələbə öyrənməsində sosial mediadan bir alət kimi istifadə strategiyaları

Müasir dövrdə dünyanın bir çox inkişaf etmiş ölkələrinin təhsil modellərində sosial media artıq sadəcə kommunikasiya vasitəsi deyil, həm də öyrənməni təşviq edən, informasiya mübadiləsini sürətləndirən və tələbələrin fəallığını artıran strateji bir alət kimi istifadə olunur. Beynəlxalq təcrübələr göstərir ki, sosial medianın düzgün planlaşdırılmış və pedaqoji məqsədlərə uyğunlaşdırılmış istifadəsi tələbələrin dərslə marağını artırır, öyrənməni fərdiləşdirir və interaktiv tədris mühitinin formalaşmasına şərait yaradır.

Sosial media alətlərindən təhsil məqsədilə istifadədə ABŞ, Finlandiya, Cənubi Koreya, Sinqapur və Birləşmiş Krallıq kimi ölkələr nümunəvi təcrübəyə malikdir. Bu ölkələrdə sosial media vasitələri tədrisin bir hissəsi kimi dərslə planlarına daxil edilir və müəllimlər onun tətbiqi üzrə xüsusi hazırlıq kursları keçirlər.

ABŞ-da “flipped classroom” (tərsinə çevrilmiş sinif) modeli çərçivəsində müəllimlər dərslə mövzularını əvvəlcədən YouTube və ya digər platformalarda yerləşdirir, dərslə zamanı isə daha çox müzakirə və tətbiq yönümlü fəaliyyətlərə üstünlük verilir. Bu yanaşma tələbənin dərslə aktiv cəlb olunmasını və öyrənmənin dərinləşdirilməsini təmin edir. LinkedIn platforması 2025-ci ilin əvvəlində dünya üzrə 1,15 milyard aktiv istifadəçiyə sahibdir . Bu istifadəçilərin ən böyük hissəsi ABŞ-dadır. Statista məlumatlarına görə, 2024-cü ilin aprelində ABŞ-da 230 milyon LinkedIn istifadəçisi olub. Alabama ştatında Hoover High School-un müəllimi Gerri

Kimble, tələbələrinin LinkedIn vasitəsilə təcrübə proqramları və təqaüdlər qazandığını qeyd edir. Müəllimlər, tələbələrinin nailiyyətlərini paylaşaraq onların peşəkar tanınmasını artırmağa kömək edirlər. Bundan əlavə, LinkedIn Learning platforması, tələbələrə biznes, texnologiya və yaradıcılıq sahələrində 3.000-dən çox kurs təklif edir. Bu kurslar, tələbələrin vaxt idarəetməsi, streslə mübarizə və digər şəxsi inkişaf sahələrində bacarıqlarını artırmağa kömək edir. Bir çox universitetlər, LinkedIn Learning platformasını tələbələrinə təqdim edərək onların akademik müvəffəqiyyətlərini dəstəkləyirlər. Məsələn, Duke Universiteti, tələbələrinə LinkedIn Learning-i pulsuz təqdim edir və tələbələr bu platforma vasitəsilə dərs xaricində əlavə bacarıqlar əldə edə bilirlər. Sosial media alətlərindən biri olan YouTube, "Youtubeedu2" adlı bir başqa vasitə ilə birlikdə, ABŞ-da yerləşən universitetlər və təhsil müəssisələri üçün həm universitet təqdimatları, həm də mövcud dərslərin məzmunlarını təqdim edən bir platformadır. Bu sistem üzərindən istifadəçilər, müvafiq materiallara şərh yazmaq imkanı əldə edirlər. Youtubeedu2, təhsil müəssisələrinə dərs məzmunlarını onlayn paylaşmaq və geniş auditoriyaya təqdim etmək üçün faydalı bir vasitə təqdim edir. Bu platforma, tələbələrə dərsləri izləmək, materialları dərinləşdirərək öyrənmək və müzakirələr aparmaq üçün imkanlar təqdim edir. Bu cür alətlərin təhsildə istifadəsi, həm tələbələrin öyrənmə təcrübələrini zənginləşdirir, həm də müəllimlərin dərs məzmunlarını daha geniş bir auditoriya ilə paylaşmasına imkan verir (Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010 s 70).

Finlandiyada sosial media vasitələrindən istifadə əsasən tələbənin yaradıcılıq və tənqidi düşünmə bacarıqlarının inkişafına yönəldilir. Orta məktəb və ali təhsil pillələrində tələbələr öz məzmunlarını video təqdimatlar, qrafik materiallar, bloq yazıları formasında sosial media üzərindən paylaşaraq, həm öyrənir, həm də ictimai rəy alırlar. Bu, tələbədə məsuliyyət hissi, təqdimat bacarığı və özünü ifadə qabiliyyətini gücləndirir (Duffy, P. 2011 s,119-130).

Sinqapur və Cənubi Koreya kimi texnoloji cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə sosial media alətləri, süni intellekt və analitik sistemlərlə birləşdirilərək fərdi öyrənmə strategiyalarına inteqrasiya olunur. Bu ölkələrdə tələbələrin onlayn fəaliyyətləri analiz olunur və onların öyrənmə ehtiyaclarına uyğun məzmun təqdim edilir. Beləliklə, sosial media tək-cə ümumi ünsiyyət vasitəsi deyil, həm də adaptiv öyrənmə prosesinin bir hissəsinə çevrilir.

Birləşmiş Krallıqda isə təhsil müəssisələri sosial medianı tələbələrin sosial və emosional inkişafını dəstəkləmək üçün istifadə edirlər. Tələbələr öz təcrübələrini paylaşır, başqalarının fikirlərinə açıq olur və qlobal təhsil şəbəkələrinə inteqrasiya olunur.

Sosial media təhsil strategiyalarının ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir və bu sahədə uğur əldə etmək üçün onun istifadəsi məqsədyönlü, tənzimlənmiş və pedaqoji baxımdan

əsaslandırılmış olmalıdır. Beynəlxalq təcrübələrə əsaslanaraq sosial medianın təhsil sistemlərinə uğurlu integrasiyası üçün yerli mühitə uyğunlaşdırılmış strategiyaların işlənilib hazırlanması vacibdir. Belə strategiyalar həm müəllim, həm də tələbə baxımından rəqəmsal bacarıqların inkişafına, yaradıcılıq və interaktivliyin təşviqinə, eləcə də öyrənmənin fərdiləşdirilməsinə xidmət edir (Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010 s 68).

Cədvəl 1.6.1. Sosial medianın təhsildə istifadəsi üzrə beynəlxalq statistik göstəricilər (2024)

Ölkə	Sosial medianın təhsildə istifadə faizi (%)	Ən çox istifadə edilən platformalar	Əsas istifadə məqsədləri
ABŞ	82%	YouTube, Google Classroom, Edmodo	Flipped Classroom, layihə təqdimatları, video dərslər
Finlandiya	78%	Instagram, Padlet, Teams	Yaradıcı tədris, interaktiv qrup işi, özünüifadə
Birləşmiş Krallıq	75%	Twitter, YouTube, Google Sites	Onlayn debatlar, rəqəmsal portfolio, sosial öyrənmə
Sinqapur	88%	TikTok, Zoom, Google Workspace	Personalizə olunmuş öyrənmə, təhlil əsaslı platformalar
Cənubi Koreya	85%	YouTube, Naver, KakaoTalk	Distant təhsil, layihə əsaslı öyrənmə
Almaniya	70%	YouTube, Moodle, WhatsApp	Əlavə resurs paylaşımı, tapşırıq idarəetməsi

Cədvəl 1.6.1-ə əsasən (<https://www.pewresearch.org/internet/2024/12/12/teens-social-media-and-technology-2024/>) ən yüksək istifadə göstəriciləri Sinqapur (88%) və Cənubi Koreya (85%) kimi texnologiyaya əsaslanan ölkələrdə qeydə alınmışdır. Bu ölkələrdə sosial media alətləri yalnız ünsiyyət üçün deyil, həm də fərdiləşdirilmiş tədris, analitik əsaslı öyrənmə və distant təhsil üçün sistemli şəkildə istifadə olunur. YouTube və TikTok kimi vizual məzmun əsaslı platformalar geniş istifadə edilərək tələbələrin öyrənməyə marağını artırmaqda effektiv nəticələr verir.

ABŞ-da sosial medianın təhsildə istifadə səviyyəsi 82% təşkil edir və bu, əsasən "Flipped Classroom" modelinə əsaslanan dərslər strategiyaları ilə bağlıdır. Burada müəllimlər dərslər materiallarını əvvəlcədən paylaşır, dərslər vaxtı isə daha çox müzakirə və tətbiq yönümlü fəaliyyətlərə üstünlük verilir. YouTube və Google Classroom platformaları bu modeldə əsas vasitələrdir (Lampe, C., Wohn, D. Y., Vitak, J., Ellison, N. B., & Wash, R. 2011).

Finlandiya və Birləşmiş Krallıqda sosial media tələbələrin yaradıcılıq və özünüifadə bacarıqlarını inkişaf etdirmək məqsədilə istifadə olunur. Bu ölkələrdə tələbələr interaktiv təqdimatlar, rəqəmsal portfoliolar və onlayn debatlar vasitəsilə biliklərini paylaşır və sosial öyrənməni təşviq edirlər.

Almaniya və Avstraliyada isə sosial media əsasən əlavə resursların paylaşımı, tapşırıqların idarə olunması və vizual təqdimatların hazırlanması üçün istifadə olunur. Bu yanaşma tələbələrin dərslər materiallarını daha rahat mənimsəməsinə və daha aktiv iştirakına şərait yaradır.

Cədvəl 1.6.1 göstərir ki, sosial medianın təhsil sisteminə inteqrasiyası artıq qlobal trendə çevrilmişdir və bu proses hər ölkənin təhsil strategiyasına uyğun şəkildə fərqli formalarda həyata keçirilir. Platformaların seçimi və istifadə məqsədləri dəyişsə də, əsas hədəf öyrənmənin keyfiyyətini və tələbə fəallığını artırmaq bütün ölkələr üçün ortaq qalır.

Beynəlxalq təcrübələrə əsaslanaraq sosial medianın təhsil sahəsində effektiv istifadəsi üçün bir sıra əsas strategiyalar formalaşdırılıb. Bu strategiyalar müxtəlif ölkələrin təhsil sistemində tətbiq olunaraq tələbələrin öyrənmə bacarıqlarını inkişaf etdirməyə və dərslər aktiv şəkildə cəlb olunmasına yönəldilib.

Ən əsas strategiyalardan biri öyrənməni fərdiləşdirməkdir. Bu strategiya tələbənin öz maraq və ehtiyaclarına uyğun şəkildə təhsil almasını təmin edir. Məsələn, tələbə müəyyən bir mövzuda çatışmazlıq hiss etdikdə YouTube, Khan Academy və ya Coursera kimi platformalarda əlavə dərslər izləyə və öz biliklərini gücləndirə bilər (Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. 2009 s, 141-155).

Digər mühüm strategiya isə interaktiv öyrənmə mühitinin yaradılmasıdır. Sosial media alətləri bu baxımdan böyük imkanlar yaradır. Müəllim və tələbə arasında ikitərəfli kommunikasiya, dərslər mövzularının onlayn müzakirəsi, sual-cavab sessiyaları və qrup layihələri vasitəsilə öyrənmə daha canlı və maraqlı olur. Bu cür yanaşmalar yalnız bilik ötürülməsini deyil, həm də bilik quruculuğunu təşviq edir.

Eyni zamanda, beynəlxalq təcrübədə sosial media vasitəsilə tənqidi düşüncə və media savadlılığının inkişaf etdirilməsi xüsusi diqqət mərkəzindədir. Sosial şəbəkələrdə yayılan

müxtəlif informasiyaları təhlil etmək, onların doğruluğunu müəyyənləşdirmək və tənqidi yanaşma nümayiş etdirmək bu günün tələbəsi üçün vacib bacarıqlardandır. Belə yanaşma tələbələrin passiv informasiya qəbul edənlərdən aktiv informasiya istifadəçilərinə və yaradıcılarına çevrilməsini təmin edir.

Daha bir mühüm istiqamət isə tələbələrin sosial və emosional inkişafını dəstəkləməkdir. Beynəlxalq praktikada sosial media tələbələrin bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsini gücləndirən, öz fikirlərini sərbəst şəkildə ifadə edə bildikləri və ortaq maraqlara əsaslanan qruplarda birləşərək sosial cəhətdən daha fəal olduqları bir mühit kimi istifadə olunur. Bu, həm də tələbələrin özünəinamını və emosional dayanıqlığını gücləndirən amillərdən biridir. Bundan əlavə, bir çox ölkələrdə sosial media vasitəsilə rəqəmsal portfolioların yaradılması geniş yayılmış təcrübələrdəndir. Tələbələr tədris dövründə hazırladıqları layihələri, təqdimatları, yazı işlərini və digər fəaliyyətlərini sosial platformalarda paylaşaraq həm öz inkişafını izləyə, həm də müəllim və həmyaşıdlarından rəy ala bilirlər. Bu portfoliolar gələcəkdə onların peşəkar inkişafına və karyera qurmasına da müsbət təsir göstərir (Moran, M., Seaman, J., & Tinti-Kane, H. 2011 s, 65).

Beynəlxalq təcrübədən aydın olur ki, sosial medianın təhsil məqsədilə istifadəsi yalnız texnoloji alətlərin tətbiqi deyil, həm də metodoloji və strateji yanaşmaların düzgün qurulması ilə bağlıdır. Uğurlu nəticə əldə etmək üçün sosial medianın tədris prosesinə inteqrasiyası planlı, məqsədyönlü və ehtiyaca uyğun şəkildə həyata keçirilməlidir. Bu isə müəllimlərin təlim-tərbiyə prosesində sosial medianın potensialından istifadə bacarıqlarını artırmağı, tələbələrin isə bu vasitələrdən məsuliyyətli və yaradıcı şəkildə faydalanma mədəniyyətini formalaşdırmağı tələb edir.

1.7 Sosial medianın tələbə öyrənməsinə mənfi və müsbət təsirləri

2005-ci ildə sosial media hələ inkişaf mərhələsində olarkən, ABŞ istifadəçilərinin cəmi 5 faizi sosial platformalarda aktiv idi. 2019-cu ilə gəldikdə isə bu göstərici təqribən 70 faizə yüksəlmişdir. Pew Araşdırma Mərkəzinin 2019-cu ilin əvvəllərində apardığı sorğuya əsasən, ABŞ-da böyüklər arasında ən çox istifadə olunan sosial media platformaları YouTube və Facebook olsa da, yeniyetmələr arasında SnapChat və Instagram daha çox üstünlük təşkil edir. Bununla yanaşı, TikTok platforması gənc istifadəçilər arasında ən sürətlə artan sosial şəbəkə kimi qeyd olunur.

Müasir gənclər arasında sosial medianın istifadəsi demək olar ki, universaldır. Pew Araşdırma Mərkəzinin məlumatına görə, 13–17 yaş arası yeniyetmələrin 97 faizi yeddi əsas onlayn platformadan ən azı birindən istifadə edir. Sosial mediada sərf olunan vaxt isə diqqətləyiqdir: bir hesabatda bildirilir ki, 13–18 yaşlı yeniyetmələr gündəlik olaraq orta hesabla doqquz saat, 8–12 yaşlı uşaqlar isə təxminən altı saat sosial mediada vaxt keçirirlər. Digər sosial fenomenlərdə olduğu kimi, sosial medianın istifadəsi də müxtəlif nəticələr doğura bilər: faydalı cəhətlər (müsbət təsirlər), ehtiyatlı yanaşma tələb edən hallar (mənfi təsirlər) və təhlükəli risklər (kəskin fəsadlar).

Cədvəl 1.7.1. Sosial medianın tələbə öyrənməsinə müsbət və mənfi təsirləri

<i>Müsbət cəhətlər</i>	<i>Mənfi cəhətlər</i>
Məlumatlara asan və sürətli çıxış	Diqqətin dağılması
Müəllim-tələbə, tələbə-tələbə arasında çevik ünsiyyət	Motivasiya itkisi
Təhsil resurslarının paylaşılması	Dezinformasiya yayımları
Onlayn, distant və hibrid təhsil imkan	Məxfiliyin pozulması, şəxsi məlumatların yayılması riskləri
Kollektiv öyrənmə imkanları	Kiberzorakılıq
İKT bacarıqlarının formalaşması	Akademik fırıldaqçılıq və plagiat hallarının çoxalması
İnteraktiv metodlara çıxış	FOMO təşvişinin yayılması
Ömürboyu öyrənmə	Vaxt itkisi

Ümumilikdə cədvəl 1.7.1 (Greenhow, 2016, s45) göstərir ki, sosial mediadan lazımından çox istifadə edən tələbələr arasında akademik ertələmə problemlərinə də rast gəlinir. Akademik ertələmə, fərdin hər hansı bir məsuliyyətdən və ya fəaliyyətdən qaçmaq istəməsi, bu məsuliyyət və ya fəaliyyəti daha sonra edəcəyinə dair özünə söz verməsi və gecikmə davranışı ilə bağlı özünü günahlandırmaq üçün bir səbəb axtarması olaraq təyin edilə bilər (Ellis və Knaus, 2002). Ertələmə davranışı göstərən universitet tələbələrinin, zamanlarının əksər hissəsini dostları ilə və sosial fəaliyyətlərlə keçirməsi, tapşırığı tamamlamaq əvəzinə yalnız tapşırıqla bağlı narahat olmaqla vaxt itirməsi, ailəvi problemlər, maddi çətinliklər və işə fokuslanmaqda çətinlik çəkmələri səbəbindən ümumiyyətlə akademik vəzifələrin ertələndiyi ifadə edilir.

Sosial media istifadə məqsədindən asılı olaraq istifadəçilərə müsbət təsirlər göstərə bildiyi kimi, eyni zamanda mənfi təsirlərə də səbəb ola bilər. Xüsusilə fərdlərin özlərini vizual olaraq ifadə etmə imkanı əldə etdikləri bu platformanı, başqalarına üstünlük göstərmək, məşhurlaşmaq və ya fərqli görünərək ego ehtiyacını ödəmək məqsədilə istifadə edən insanların sayı gündən-günə artmaqdadır. Bu hal isə sosial medianın cəmiyyətdə düzgün olmayan şəkildə istifadəsinin mənfi nəticələrinin artmasına səbəb olur.

2017-ci ildə Böyük Britaniyada İctimai Sağlamlıq üzrə Kral Cəmiyyətinin (RSPH) apardığı bir araşdırmaya görə, 14–24 yaş arası gənclər üçün ən zərərli beş sosial media platforması arasında birinci yerdə Instagram qərarlaşır. Platformanın davamlı olaraq vizuallığa əsaslanması, gənclər arasında həyat tərzini müqayisələrini artıraraq, onların psixoloji rifahına mənfi təsir göstərir və bu da Instagramın gənclərə əhəmiyyətli zərər verdiyini göstərir. (www.bbc.com.tr, 10.05.25)

1.7.1 Sosial medianın yaratdığı təhlükəli risklər

Kiberzorakılıq (cyberbullying) texnologiya və elektron ünsiyyət vasitələri ilə həyata keçirilən zorakılıq formasıdır. Bu, yazılar, şəkillər, səsler, məlumat və digər rəqəmsal vasitələrlə internet, e-poçt, ani mesajlaşma sistemləri və digər elektron platformalar üzərindən yayılır.

Zorakılıq və kiberzorakılıqla bağlı statistik məlumatlar narahatedici xarakter daşıyır: (UNICEF, 2022, cyberbullying fact sheet)

- Hər 7 dəqiqədə bir gənclər zorakılığa məruz qalır. Bu halların cəmi 4%-nə böyükklər, 11%-nə isə həmyaşıdlar müdaxilə edir. Təəssüf ki, zorakılıq hallarının 85%-i ümumiyyətlə cavabsız qalır.

- Hər dörd gəncdən biri (25%) zorakılığa məruz qalır, onlayn zorakılıq halları isə 43%-ə qədər yüksəlir.

- LGBTQ tələbələrinin 90%-i məktəbdə və onlayn mühitdə təhqir və zorakılıqla qarşılaşır.

- İki və daha çox irqi mənsubiyyətə sahib olan tələblər tək irqli tələbələrlə müqayisədə daha çox zorakılığa məruz qalırlar.

- Obez, əlilliyi olan və ya cinsi orientasiyası fərqli olan tələbələr digər həmyaşıdlarına nisbətən daha çox zorakılıq qurbanı olurlar.

- Tələbələrin 58%-i onlara qarşı onlayn mühitdə baş verən neqativ halları valideynlərinə və ya böyüklərə bildirmir.

- Təxminən 3,4 milyon gənc zorakılıq qorxusundan hər hansı bir gündə məktəbə getməkdən imtina edir.

1.7.2 Sosial media asılılığı

Sosial media asılılığından bəhs etməzdən əvvəl ümumiyyətlə asılılıq anlayışının özü aydınlaşdırılmalıdır. Asılılıq anlayışı “bir şeyə şərtli və ya bağlı olmaq vəziyyəti” kimi tərif olunur. Bu kontekstdə sosial media asılılığı, fərdlərin sosial media platformalarında həddindən artıq vaxt keçirməsi, bu fəaliyyəti davamlı şəkildə təkrarlaması və platformalara daxil ola bilmədikdə narahatlıq hiss etməsi ilə xarakterizə olunur. Başqa sözlə, fərd sosial mediaya psixoloji və davranış baxımından bağlı hala gəlir (Işık, 2019). Morahan-Martin və Şumaxerə (2000) görə problemlı internet istifadəsi internetdən həddindən artıq istifadə, bu istifadəyə nəzarət edə bilməmək və nəticədə fərdin gündəlik həyatına ciddi təsir edən vəziyyətdir. Digər tərəfdən, Beard və Wolf (2001) problemlı internet istifadəsini "insanın evində, işində, məktəbində, sosial və psixoloji həyatında çətinlik yaradan həddən artıq istifadə" olaraq təyin etmişdir.

Sosial media platformalarının həddindən artıq istifadəsi müəyyən pozuntuların meydana gəlməsinə səbəb ola bilər. Bu pozuntular həm fiziki, həm də psixoloji aspektlərdə özünü göstərir. Sosial mediada uzun müddət vaxt keçirən fərdlər üçün texnologiyadan uzaqlaşmaq demək olar ki, mümkünsüz hala gəlir. Belə fərdlər sosial mediadan uzaq qaldıqları zaman narahatlıq və təşviş hissi yaşamağa başlayırlar. Bu narahatlıq hissi isə onların şəxslərarası ünsiyyətinə mənfi təsir göstərir və nəticə etibarilə fərd sosial mediaya daha da asılı hala gəlir. Bütün bunlara əlavə olaraq, fərdlər sosial cəmiyyətə qəbul olunma arzusu kimi sosial ehtiyaclarla da əlaqədar olaraq sosial media istifadəsini artırma bilərlər (Şentürk, 2017, s. 18).

Sosial media asılılığı fərdin sosial media platformalarından istifadə etmə ehtiyacını idarə edə bilməməsi, bu istifadənin gündəlik fəaliyyətlərə, psixoloji vəziyyətə və sosial münasibətlərə mənfi təsir göstərməsinə baxmayaraq, həmin fəaliyyətə davam etməsi ilə xarakterizə olunan asılılıq növüdür. Bu asılılıq növü tez-tez vaxt itkisinin artması, real sosial qarşılıqlı əlaqələrin zəifləməsi, akademik və peşə fəaliyyətində geriləmə, emosional pozuntular (məsələn, narahatlıq, depressiya, tək qalmaq qorxusu) və sosial təcrid kimi əlamətlərlə müşahidə olunur (L.Yaylagül, 2010).

Sosial media asılılığı müxtəlif formalarda özünü göstərə bilər. Bu asılılıq növləri ümumilikdə şüurlu, emosional və davranış əsaslı olmaqla üç əsas kateqoriyaya bölünür (Hazar, 2011, s. 161–163).

Şüurlu asılılıq, fərdlərin maraq göstərdikləri məlumatları toplama ehtiyacı ilə bağlı yaranan bir asılılıq növünü ifadə edir. Medianın istifadəsi müddəti, mediaya olan inam və bağlılıq bu tip asılılığın formalaşmasında mühüm rol oynayır. Bu kontekstdə şüurlu asılılıq, fərdin həyatına və maraq dairəsinə dair məlumat toplamaq ehtiyacına əsaslanaraq inkişaf edən bir asılılıq forması kimi xarakterizə oluna bilər. Aparılan müşahidələr göstərir ki, fərdlər axtarıqları məlumata çatdıqları zaman rahatlıq hiss edirlər və bu hiss onların sosial mediaya daha da bağlanmalarına səbəb olur (L.Yaylagül, 2010).

Emosional asılılıq, fərdlərin sosiallaşmaq və ya başqaları ilə münasibətlərini inkişaf etdirmək məqsədilə formalaşan bir asılılıq növüdür. Gündəlik həyatlarında sosial əlaqələr qurmaqda çətinlik çəkən şəxslərin, sosial medianın artan istifadəsi ilə birlikdə sosiallaşmağa daha çox meyilli olduqları müşahidə olunur. Bu hal bəzən fərdin real sosiallaşmadan qaçması kimi də qiymətləndirilə bilər. Sosial media vasitəsilə fərdlər tanımadıqları insanlarla asanlıqla ünsiyyət qura bilər, özlərini fərqli şəkildə təqdim edə bilər, ideal kimi qəbul etdikləri davranış formalarını sərgiləyə və öz xəyal dünyalarında daha xoşbəxt hiss edə bilərlər.

Bu baxımdan emosional asılılıq, şəxsin daxili istəklərinə uyğun olaraq sosial media istifadəsinin zamanla artması ilə meydana gələn bir bağlılıq forması kimi xarakterizə oluna bilər. Bu asılılıq növü əsasən iki şəkildə təzahür edir: sosiallaşma ehtiyacına əsaslanan emosional bağlılıq və real sosial qarşılıqlı təsirdən qaçma halı kimi (Whiting, Anita və David Williams, 2013, s365).

Davranış əsaslı asılılıq, sosial media istifadəçilərinin hər hansı bir konkret səbəb və ya narahatlıq yaşamadan platformalarda aktiv olmaları halı kimi qiymətləndirilir. Məsələn, fərdin kimdənsə mesaj gözləmədiyi halda belə davamlı şəkildə sosial mediada vaxt keçirməsi, bu tip asılılığa nümunə olaraq göstərilə bilər. Bu, məqsədyönlü və şüurlu davranışdan çox, vərdiş halını almış avtomatik bir fəaliyyət formasıdır. Dövrümüzdə davranış əsaslı asılılığın geniş yayılmış formasından biri əmələ yönəlmiş asılılıqdır. Bu növ asılılıqda əsas diqqət istifadəçinin paylaşımının digərləri tərəfindən bəyənilməsi, paylaşılması və ya hesabının izlənilməsidir. Məsələn, istifadəçinin bir paylaşımının nə qədər bəyənildiyi və ya nə qədər izləyici qazandığı kimi göstəricilər onun sosial mediaya daha çox bağlanmasına səbəb olur. Qısa desək, bu asılılıq növü fərdin heç bir fiziki yerə getmədən, yalnız ekran qarşısında oturaraq sosial qarşılıqlı təsirə daxil olması ilə xarakterizə olunur (Ünlü, 2018, s. 168–169).

Davranış əsaslı asılılıqda Erving Goffmanın “özünü səhnədə təqdim etmə” nəzəriyyəsinə çox rast gəlirik. Bu, gənclərin gündəlik həyatda sosial qarşılıqlı münasibətdə özlərini müəyyən şəkildə təqdim etmək üçün rol oynadıqlarını irəli sürən nəzəriyyədir. Goffman insanları “aktyor”, cəmiyyəti isə “teatr” adlandırır. İnsanlar gündəlik həyatda fərqli auditoriyalar (ailə, iş, dostlar) qarşısında müxtəlif rollar ifa edirlər. O, teatr səhnəsini 2 yerə bölür: **ön və arxa səhnə**. Ön səhnədəki davranışlar ictimai qarşılıqlı münasibətlər zamanı həyata keçirilən davranışlardır. İnsanlar burada nəzarət altındadır, sosial cəhətdən qəbul olunmuş obrazlarını təqdim edirlər. Arxa səhnədə isə insanlar bu maskaları çıxarırlar və sosial gözləntilərdən azad olduqları kimi davranırlar. Nəzəriyyənin əsas qüvvəsi izləyici təsirində görünür. Belə ki, insanlar daim qarşı tərəfin reaksiyalarına uyğun öz davranışlarını tənzimləyirlər (Goffman E, 1959, s161-162).

1.7.3 FOMO (Fear of missing out) – Yeniliklərdən geridə qalmaq qorxusu

Texnologiyanın başgicəlləndirici sürətlə inkişafı ilə yanaşı, gündəlik həyatımıza yeni anlayışların daxil olduğunu söyləmək mümkündür. Bu anlayışlardan biri olan “FOMO” (Fear of Missing Out – Əldən Vermə Qorxusu), informasiyaya hər an çıxış imkanlarının artması ilə birlikdə, hadisə və yenilikləri zaman və məkan fərq etmədən izləyə bilən fərdlərin bu inkişaflardan kənarda qalmaq qorxusu və narahatlığı kimi müəyyən edilir (Wiesner, 2017: 13).

Sosial media istifadəçilərinə rəqəmsal bir cəmiyyət yaratmaq imkanı təqdim etməklə yanaşı, bu cəmiyyətin formalaşdırılması, dəyişdirilməsi və davam etdirilməsində də rol oynayır. Sosial media platformalarında qarşılıqlı əlaqə əsas prinsipdir. Bu kontekstdə “digər istifadəçilərin həyatının daha maraqlı və cəlbedici görünməsindən doğan narahatlıq” FOMO anlayışı ilə əlaqələndirilə bilər (Buglass, 2017, s248).

Dilimizdə “gündəmləri qaçıрма qorxusu” kimi tərcümə olunan FOMO, hansısa hadisəni, xəbəri, ya da sosial fəaliyyətləri qaçıрмаq ehtimalının yaratdığı narahatlıq, sosial gündəmi izləyə bilməmə hissi və onlardan geri qalma qorxusu kimi izah olunur (Tozkoparan və Kuzu, 2019, s87). FOMO, əslində, fərdlərin yaşadıkları psixoloji vəziyyətin bir təzahürü kimi çıxış edir (Song və digərləri, 2017, s733).

II FƏSİL. METODOLOGİYA

2.1 Tədqiqatın modeli

Elmi işdə təsviri-anket tədqiqat modelindən (descriptive-survey model) istifadə edilmişdir. Tədqiqatın əsas məqsədi müasir dövrdə sosial medianın tələbələrin öyrənmə fəaliyyətinə təsirini müəyyənləşdirməkdir. Araşdırma çərçivəsində kvantitativ tədqiqat yanaşması əsasında hazırlanmış 5-li Likert tipli anket- sorğu (1- tamamilə razı deyiləm, 2- razı deyiləm, 3- nə razı, nə narazıyam, 4- razıyam, 5- tamamilə razıyam variantlı) vasitəsilə məlumatlar toplanmışdır. Sorğu vasitəsilə tələbələrin sosial media istifadəsi vərdisləri və bu istifadənin onların öyrənmə motivasiyası, akademik performansı və bilik əldə etmə prosesinə təsiri qiymətləndirilmişdir. Həmçinin, sorğuda tədqiqatın özəyini təşkil edən məsələlərlə bağlı 3 açıq sualdan istifadə edilmişdir. Toplanan məlumatlar statistik üsullarla analiz olunmuş, nəticələr sosial medianın tələbə öyrənməsinə olan təsir mexanizmlərinin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə şərh edilmişdir. Bu model çərçivəsində səbəb-nəticə əlaqəsi qurulmadan, mövcud vəziyyətin təsviri və təhlili əsas götürülmüşdür (McCarthy, J. 2010 s .729)

2.2 Tədqiqatın iştirakçıları

Bu tədqiqatın əsas kütləsini müxtəlif yerli və xarici ölkələrin ali təhsil müəssisələrində təhsil alan bakalavriat, magistratura və doktorantura pillələrinin tələbələri təşkil edir. Yerli ali təhsil müəssisələrinə aiddir: Xəzər Universiteti, Qarabağ Universiteti, Azərbaycan Universiteti, Bakı Avrasiya Universiteti, Azərbaycan Rəssamlıq Akademiyası, Qərbi Kaspi Universiteti, Bakı Aviasiya Universiteti, BDU, ADPU, ADU, ADIU, ATU, BSU, ADMIU, AKU, GDU, ADAU, AZTU, ADNSU, AZMIU. Xarici ali təhsil müəssisələrinə aiddir: Tbilisi Dövlət Tibb Universiteti, Tartu Universiteti, Hacettepe Universiteti, Ankara Universiteti.

Əsas kütlə, sosial medianın öyrənmə prosesinə təsirini dəyərləndirə biləcək yaş və təhsil səviyyəsinə malik tələbələrdən ibarətdir. Nümunə kütlə isə təsadüfi seçmə üsulu ilə müəyyən edilmiş və ümumilikdə 200 nəfərdən ibarət olmuşdur. Təsadüfi seçim, əsas nümunə kütləsindən qərəzsiz və bərabər ehtimalla fərdlərin seçilməsi prosesidir. Bu üsulun məqsədi nəticələrin obyektiv və ümumiləşdiriləbilən olmasını təmin etməkdir. (A.Məmmədov. O.Quliyev və b. 2023)

İştirakçılar müxtəlif ixtisas sahələri və qruplarını (I, II, III, IV və yuxarı) təmsil etməklə yanaşı, yaş (17-26 və yuxarı), cinsiyyət və təhsil səviyyələri (bakalavriat, magistratura, doktorantura) baxımından da müxtəliflik göstərmişlər. Bu müxtəliflik, tədqiqat nəticələrinin daha geniş auditoriyanı əhatə etməsinə, əldə olunan nəticələrin ümumiləşdirilə bilmə ehtimalını artırmağa və nəticələrin daha etibarlı olmasına şərait yaratmışdır. Sorğu könüllü olaraq, anonim formada həyata keçirilmiş və linki müxtəlif təhsil müəssisələrinin sosial şəbəkələrində paylaşılması yolu ilə tələbələr arasında yayılmışdır (Tess, P. A. 2013 s. 60).

İştirakçıların demoqrafik göstəriciləri:

- İştirakçıların **cins bölgüsü** üzrə 68%-i qadın, 32%-i isə kişi olmuşdur. Bu gender bölgüsü tədqiqatın sosial medianın öyrənməyə təsiri kontekstində fərqli baxış bucaqlarını təhlil etməyə imkan yaratmışdır.
- **Yaş bölgüsünə** əsasən iştirakçıların 25%-i 17–20 yaş aralığında, 65%-i 21–25 yaş aralığında, 10%-i isə 26 və daha yuxarı yaş qrupunda olmuşdur. Bu bölgü göstərir ki, iştirakçıların əksəriyyəti sosial mediaya yüksək adaptasiya qabiliyyətinə malik gənc yaş təbəqəsinə aiddir.
- **Təhsil səviyyəsinə** görə iştirakçıların 76%-i bakalavriat, 20%-i magistratura, 4%-i isə doktorantura pilləsində təhsil alır. Bu müxtəliflik, sosial medianın öyrənmə davranışlarına təsirini müxtəlif akademik səviyyələrdə qiymətləndirməyə şərait yaratmışdır.
- İştirakçıların **tədris ili göstəriciləri** isə aşağıdakı kimidir: 45%-i I kurs, 35%-i II kurs, 15%-i III kurs, 5%-i isə IV kurs tələbələrindən ibarət olmuşdur. Bu bölgü, erkən akademik mərhələdə olan tələbələrin sosial media ilə əlaqəli öyrənmə təcrübələrini daha detallı analiz etməyə imkan vermişdir.

Cədvəl 2.2.1. - İştirakçıların demoqrafik göstəriciləri

Göstərici	Kateqoriya	Faiz (%)	İştirakçı sayı (n=200)
1. Cins	Qadın	68%	136
	Kişi	32%	64
2. Yaş qrupu	17–20 yaş	25%	50
	21–25 yaş	65%	130
	26 və yuxarı	10%	20
3. Təhsil səviyyəsi	Bakalavriat	76%	152
	Magistratura	20%	40
	Doktorantura	4%	8
4. Tədris ili	I kurs	45%	90
	II kurs	35%	70
	III kurs	15%	30
	IV kurs	5%	10

2.3 Məlumat toplama aləti

Tədqiqatda məlumat toplama vasitəsi kimi strukturlaşdırılmış anket sorğusu istifadə olunmuşdur. Sorğu təhlil ediləcək mövzuya uyğun olaraq hazırlanmış və tələbələrin sosial media istifadəsinin onların öyrənmə prosesinə təsirini müəyyənləşdirmək məqsədi daşıyır. Anket tədqiqatçının özü tərəfindən hazırlanmış və məzmun baxımından ekspert rəyindən keçmişdir.

Sorğu ümumilikdə sualdan və iki əsas hissədən ibarətdir:

İlk hissə iştirakçıların demoqrafik göstəricilərini (cins, yaş, təhsil səviyyəsi, təhsil), növbəti hissə isə sosial medianın öyrənmə davranışlarına olan təsirini qiymətləndirmək üçün hazırlanmış 5-li Likert tipli bəndlərdən ibarətdir. Bu bəndlər 5 ballı şkala ilə ölçülmüşdür (1- Qətiyyən razı deyiləm, 2-Razı deyiləm, 3- Nə razı, nə narazıyam, 4- Razıyam, 5 = Tamamilə razıyam).

Anket onlayn platforma vasitəsilə (Google Forms) tərtib olunmuş və respondentlərə rahatlıqla çatdırılmışdır. Onlayn sorğu formatı iştirakçılara məkandan asılı olmayaraq sorğunu cavablandırmaq imkanı vermiş və daha geniş coğrafi əhatəni təmin etmişdir.

Sorğuda sosial medianın tələbə öyrənməsinə təsirlərini ölçməyə kömək edən 16 qapalı sual var: Onlar aşağıdakılardır:

1. Gün ərzində sosial mediadan istifadə etmə müddətiniz: (variantlar: 30 dəqiqə-1 saat, 1-2 saat, 2-3 saat, 4 və daha çox)

5-li Likert əsaslı suallar:

2. Sosial media öyrənməyə marağımı artırır.
3. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.
4. Sosial media vasitəsilə dərslə bağlı suallarımı cavablandıran mənbələr tapıram.
5. Sosial mediada keçirdiyim vaxt məhsuldardır.
6. Sosial medianın sağlamlıq cəhətdən mənfi təsirlərini görürəm.
7. Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.
8. Sosial media məni daha yaradıcı düşünməyə təşviq edir.
9. Sosial mediada öyrədici videolar (Youtube, Instagram, Tiktok) mənə daha rahat öyrənməyə imkan verir.
10. Sosial mediadan istifadə zamanı öz təhlükəsizliyimi təmin edirəm.
11. Sosial mediada yayılan məlumatların doğruluğunu yoxlayıram.
12. Sosial mediada təhsil səhifələrini\ fenomenlərini izləmək faydalıdır.
13. Sosial media özümüifadə və fikrimi paylaşma imkanımı artırır.
14. Sosial mediada həmyaşıdlarımın həyat tərz, uğurları, paylaşımalarını izlədikdə özümü onlarla müqayisə edirəm.
15. Sosial media müəllim və yoldaşlarımla çevik ünsiyyət qurmağa kömək edir.
16. Sosial media təhsil sisteminə uğurla inteqrasiya edilə bilər.

Açıq suallar:

- Sosial media vasitəsilə daha çox hansı məzmunlu biliklər əldə edirsiniz?
- Sosial mediada hansı məzmunlu məlumatlar tapmaqda çətinlik çəkirsiniz?
- Yeni biliklər əldə etmək üçün ən çox hansı sosial medialardan istifadə edirsiniz?

2.4 Məlumatların təhlili

Tədqiqat nəticəsində əldə edilən məlumatların təhlili üçün Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 25.0 proqram təminatından istifadə olunmuşdur. Sorğu nəticəsində toplanmış kvantitativ məlumatlar əvvəlcə SPSS proqramına daxil edilmiş, daha sonra isə kodlaşdırma və dəyişənlərin müəyyənləşdirilməsi həyata keçirilmişdir. Təhlil zamanı əsasən deskriptiv statistika (frekans, faiz, orta və standart sapma) istifadə edilmiş, iştirakçıların demografik göstəriciləri və sosial medianın öyrənmə davranışlarına təsirinə dair ümumi mənzərə təqdim edilmişdir. Eyni zamanda, Likert tipli bəndlər üzrə ortalama göstəricilər və onların yayılma meylləri müəyyən edilmişdir.

Təhlil prosesi iki mərhələdən ibarət olmuşdur: deskriptiv (təsviri) və inferensial (çıxarıcı) statistik analizlər.

İlk olaraq, deskriptiv statistika vasitəsilə iştirakçıların demoqrafik göstəriciləri (cins, yaş, təhsil səviyyəsi və s.) üzrə faizlər, orta göstəricilər hesablanmışdır. Daha sonra isə fərziyyələrin yoxlanması və dəyişənlər arasındakı münasibətlərin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə aşağıdakı inferensial statistik metodlar tətbiq edilmişdir:

T-test (İki ortalamanın müqayisəsi testi): Cinsə görə sosial mediaya təhsillə müqayisədə ayrılan vaxt arasında, həmçinin sosial mediada həmyaşıl paylaşımından təsirlənmək cəhətdən fərq olub-olmadığını müəyyənləşdirmək üçün istifadə edilmişdir. Bu testin nəticələri respondentlərin cavablarında cins əsaslı statistik fərq olub-olmadığını göstərmişdir.

Tək faktorlu ANOVA: İştirakçıların təhsil səviyyələri (bakalavr, magistr, doktorantura) ilə sosial media istifadəsi arasında statistik olaraq əhəmiyyətli fərqliliklərin olub-olmadığı öyrənilmişdir.

Pearson korrelyasiya analizi: Sosial medianın istifadəsi ilə öyrənmə motivasiyası, diqqət səviyyəsi və akademik performans arasında müstəqil dəyişənlər arasındakı doğrusal əlaqənin gücü və istiqaməti qiymətləndirilmişdir.

Regressiya analizi: Sosial medianın öyrənmə davranışlarına təsir edən müstəqil dəyişənlərin (məsələn, istifadə müddəti, məqsədi və platforma növü) bu davranışlar üzərində proqnostik gücünü müəyyən etmək üçün tətbiq olunmuşdur. Regressiya modeli vasitəsilə sosial medianın tələbələrin öyrənmə nəticələrinə olan təsiri statistik olaraq təhlil edilmişdir.

2.5 Kəmiyyət tədqiqatının təhlili və nəticələri

Etibarlılıq analizi (Cronbach's Alpha)

Tədqiqatda istifadə olunan sorğunun daxili ardıcılıq etibarlılığı SPSS proqram təminatı vasitəsilə Cronbach's Alpha əmsalı ilə qiymətləndirilmişdir. Əldə olunan nəticələrə əsasən, Cronbach's Alpha dəyəri 0.647 olmuşdur. Nümunə sayı 200 nəfərdən ibarət olmuş və heç bir data istisna edilməmişdir (Excluded = 0). İstifadə olunan alət 15 maddədən (Likert tipli suallar) ibarətdir.

Cədvəl 2.5.1. Etibarlılıq analizi (Cronbach Alpha)

Cronbach's Alpha dəyəri	Etibarlılıq səviyyəsi
0.90 və yuxarı	Çox yüksək (Excellent)
0.80 – 0.89	Yüksək (Good)
0.70 – 0.79	Qənaətbəxş (Acceptable)
0.60 – 0.69	Orta / Qəbul edilə bilən (Questionable)
0.50 – 0.59	Zəif (Poor)
0.50-dən aşağı	Çox zəif (Unacceptable)

Nəticələrə görə, Cronbach's Alpha əmsalının 0.6 ilə 0.7 arasında olması ölçmə alətinin etibarlılığının qəbul edilə bilən səviyyədə olduğunu göstərir. Hair, Black, Babin və Anderson (2010) qeyd edirlər ki, ilkin tədqiqatlar və yeni inkişaf etdirilən ölçmə alətləri üçün 0.6–0.7 intervalında olan Alpha dəyərləri kifayət qədər qənaətbəxşdir. Buna əsaslanaraq, bu tədqiqatda istifadə olunan ölçmə vasitəsinin daxili ardıcılıq etibarlılığı qənaətbəxş hesab edilə bilər. Alpha əmsalının 0.7 həddinə yaxın olması göstərir ki, maddələrin uyğunluğu artırılarsa (məsələn, qeyri-aydın ifadələrin təkmilləşdirilməsi və ya ziddiyyətli sualların çıxarılması), sorğunun ümumi etibarlılığı daha yüksək nəticə verə bilər.

Deskriptiv analiz

Bu araşdırmada iştirakçılardan ifadələrə 5 ballıq Likert şkalası üzrə cavab vermələri istənilmişdir (1 - Tamamilə razı deyiləm, 5 - Tamamilə razıyam). Ümumilikdə 15 sual üzrə toplanan məlumatların deskriptiv statistikasını aparılmışdır. Məlumatların ümumi paylanmasına baxıldıqda, cavabların çoxu 3 (qismən razıyam) və 4 (razıyam) variantlarında cəmlənmişdir. Bu isə iştirakçıların ümumi mövqeyinin orta və yuxarı razılıq səviyyəsində olduğunu təsdiqləyir. Respondentlər arasında 1 (tamamilə razı deyiləm) və 2 (razı deyiləm) cavablarının nisbətən azlıq təşkil etməsi araşdırmanın əsas mövzularına ümumi müsbət yanaşmanı ortaya qoyur.

Tədqiqat nəticələri ortalama hesabla göstərir ki, respondentlərin əhəmiyyətli bir hissəsi sosial medianın təhsil prosesinə aşağıdakı təsirlər göstərdiyini düşünür.

- Sorğunun nəticələrinə əsasən, sosial medianın öyrənməyə marağı artırdığı qənaətində olanlar (4 və 5 cavab variantını seçənlər) 46,5% təşkil edir. Bu, sosial medianın motivasiyaedici rol oynaya biləcəyini göstərir.

- Sosial media istifadəsi dərəcəsi ayırılan vaxtın azalmasına səbəb olur. Respondentlərin 65,5%-i bu fikirlə (4 və 5 cavabları) razılaşaraq sosial medianın zaman idarəetməsinə mənfi təsir etdiyini bildiriblər.
- Sosial media vasitəsilə dərslə bağlı sualların cavablandırılmasına resurslar tapmaqda razı olanların faizi 73,5%-ə çatır ki, bu da sosial medianın informasiya mənbəyi kimi rolunu önə çıxarır.
- Respondentlərin yalnız 27% -i sosial mediada keçirdikləri vaxtı məhsuldar hesab edir, əksəriyyət isə bu vaxtı qeyri-məhsuldar sayır.
- Sağlamlıq baxımından sosial medianın mənfi təsirlərini qəbul edənlər isə 46% təşkil edir. Bu, sosial media istifadəsinin sağlamlıq risklərini artırdığına işarə edir.
- Sosial medianın dərəcəsi fokuslanmaya mane olduğunu düşünənlərin faizi də yüksəkdir — 46%. Bunun əksinə olaraq, sosial medianın yaradıcı düşünməyə təşviq etdiyini düşünən respondentlərin faizi 76%-dir. Bu nəticə sosial medianın həm mənfi, həm də pozitiv tərəflərinin olduğunu göstərir.
- Öyrədici videoların öyrənmə prosesinə müsbət təsir etdiyini düşünənlərin 75%-i sosial medianın təhsildə effektiv bir vasitə ola biləcəyini qeyd edib. Eyni zamanda, sosial mediadan istifadə zamanı öz təhlükəsizliyini təmin etdiyini düşünənlər isə 62% təşkil edir.
- Respondentlərin 66%-i sosial mediada yayılan məlumatların doğruluğunu yoxladığını bildirib, bu isə sosial media istifadəsində kritik düşüncə bacarığının rolunu ön plana çıxarır.
- Nəhayət, sosial medianın təhsil sisteminə uğurla inteqrasiya edilə biləcəyini düşünənlərin faizi 73%-dir ki, bu da gələcəkdə sosial medianın təhsildə daha sistemli istifadəsinin mümkün olduğunu göstərir.

Nəticə etibarlı ilə, deskriptiv analiz göstərir ki, tədqiqatda istifadə olunan ifadələr iştirakçılar tərəfindən əsasən müsbət qarşılanmış və onların fikirləri böyük ölçüdə bir-birinə bənzər olmuşdur. Xüsusilə, “sosial media öyrənməyə marağımı artırır”, “təhsil səhifələrini izləmək faydalıdır”, “yaradıcılığı təşviq edir” kimi ifadələrdə "razıyam" və "tamamilə razıyam"*** cavabları yüksək faizlə təmsil olunmuşdur. Bu da göstərir ki, tələbələr sosial medianın yalnız vaxt sərf edən deyil, eyni zamanda öyrədici və inkişaf etdirici potensialını da dəyərləndirirlər. Bununla yanaşı, “sosial media dərəcəsi fokuslanmağıma mane olur” və “sosial media sağlamlıq cəhətdən mənfi təsir göstərir” kimi ifadələrdə müəyyən narahatlıq və mənfi münasibətlərin də mövcud olduğu müşahidə edilmişdir. Bu isə göstərir ki, tələbələr sosial medianın həm faydalı,

həm də potensial zərərli cəhətlərini balanslı şəkildə qiymətləndirirlər. Bununla belə, bəzi ifadələrə münasibətdə müəyyən fərqliliklərin olduğu da müşahidə edilmişdir ki, bu, gələcək təhlillərdə (ANOVA) müqayisə aparmaq üçün əsas yarada bilər.

Cədvəl 2.5.2. Tələbələrin iştirak göstəriciləri

No	Suallar	1	2	3	4	5
1	Sosial media öyrənməyə marağımı artırır.	6 3%	19 9,5%	83 41%	76 38%	16 8,5%
2	Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	7 3,5%	29 14,5%	48 24%	82 41%	34 17%
3	Sosial media vasitəsilə dərslə bağlı suallarımı cavablandıran mənbələr tapıram.	2 1%	9 4,5%	16 8%	115 57,5%	58 29%
4	Sosial mediada keçirdiyim vaxt məhsuldardır.	12 6%	50 25%	89 44,5%	44 22%	5 2,5%
5	Sosial medianın sağlamlıq cəhətdən mənfəət təsirlərini görürəm.	5 2,5%	31 15,5%	50 25%	89 44,5%	25 12,5%
6	Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.	8 4%	43 21,5%	42 21%	69 34,5%	38 19%
7	Sosial media məni daha yaradıcı düşünməyə təşviq edir.	3 1,5%	16 8%	52 26%	106 53%	23 11,5%
8	Sosial mediada öyrədici videolar (Youtube, Instagram, Tiktok) mənə daha rahat öyrənməyə imkan verir.	1 0,5%	15 7,5%	34 17%	115 57,5%	35 17,5%
9	Sosial mediadan istifadə zamanı öz təhlükəsizliyimi təmin edirəm.	2 1%	18 9%	55 27,5%	97 48,5%	28 14%
10	Sosial mediada yayılan məlumatların doğruluğunu yoxlayıram.	2 1%	21 10,5%	34 17%	109 54,5%	34 17%

11	Sosial mediada təhsil səhifələrini\ fenomenlərini izləmək faydalıdır.	3 1,5%	13 6,5%	43 21,5%	107 53,5%	34 17%
12	Sosial media özümüifadə və fikrimi paylaşma imkanımı artırır.	2 1%	22 11%	61 30,5%	94 47%	21 10,5%
13	Sosial mediada həmyaşıdlarımın həyat tərz, uğurları, paylaşımını izlədikdə özümü onlarla müqayisə edirəm.	17 8,5%	50 25%	48 24%	60 30%	25 12,5%
14	Sosial media müəllim və yoldaşlarımla çevik ünsiyyət qurmağa kömək edir.	2 1%	15 7,5%	28 14%	104 52%	51 25,5%
15	Sosial media təhsil sisteminə uğurla inteqrasiya edilə bilər	3 1,5%	14 7%	37 18,5%	96 48%	50 25%

One – way ANOVA analizi

Birtərəfli dispersiya testi, bir müstəqil faktorun üç və daha artıq qrupunun ortalamalarını müqayisə etmək məqsədilə istifadə olunur. Onun əsas məqsədi qruplararası statistik cəhətdən nəzərə çarpan bir fərq olub-olmadığını yoxlamaqdır. Tədqiqatda sosial media ilə bağlı 15 ifadə üzrə iştirakçıların cinsiyyətlərinə görə fikirlərində statistik fərq olub olmadığı ölçülmüşdür.

Cədvəl 2.5.3 One – Way ANOVA analizi (15 sual əsasında)

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
8. Sosial media öyrənməyə marağımı artırır.	Between Groups	.000	1	.000	.000	.998
	Within Groups	153.355	198	.775		
	Total	153.355	199			
9. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	Between Groups	5.495	1	5.495	5.126	.025
	Within Groups	212.260	198	1.072		
	Total	217.755	199			
10. Sosial media vasitəsilə dərslə bağlı suallarımı cavablandıran mənbələr tapıram.	Between Groups	.392	1	.392	.617	.433
	Within Groups	125.988	198	.636		
	Total	126.380	199			
11. Sosial mediada keçirdiyim vaxt məhsuldardır.	Between Groups	.268	1	.268	.332	.565
	Within Groups	159.732	198	.807		
	Total	160.000	199			
12. Sosial medianın sağlamlıq cəhətdən mənfə təsirlərini görürəm.	Between Groups	1.983	1	1.983	2.066	.152
	Within Groups	189.997	198	.960		
	Total	191.980	199			
13. Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.	Between Groups	5.575	1	5.575	4.356	.038
	Within Groups	253.445	198	1.280		
	Total	259.020	199			
15. Sosial media məni daha yaradıcı düşünməyə təşviq edir.	Between Groups	.912	1	.912	1.284	.259
	Within Groups	140.588	198	.710		
	Total	141.500	199			

ANOVA Effect Sizes^{a,b}

		Point Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper
8. Sosial media öyrənməyə marağımı artırır.	Eta-squared	.000	.000	.000
	Epsilon-squared	-.005	-.005	-.005
	Omega-squared Fixed-effect	-.005	-.005	-.005
	Omega-squared Random-effect	-.005	-.005	-.005
9. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	Eta-squared	.025	.000	.082
	Epsilon-squared	.020	-.005	.078
	Omega-squared Fixed-effect	.020	-.005	.077
	Omega-squared Random-effect	.020	-.005	.077
10. Sosial media vasitəsilə dərslə bağlı suallarımı cavablandıran mənbələr tapıram.	Eta-squared	.003	.000	.036
	Epsilon-squared	-.002	-.005	.031
	Omega-squared Fixed-effect	-.002	-.005	.031
	Omega-squared Random-effect	-.002	-.005	.031
11. Sosial mediada keçirdiyim vaxt məhsuldardır.	Eta-squared	.002	.000	.031
	Epsilon-squared	-.003	-.005	.026
	Omega-squared Fixed-effect	-.003	-.005	.026
	Omega-squared Random-effect	-.003	-.005	.026
12. Sosial medianın sağlamlıq cəhətdən mənfə təsirlərini görürəm.	Eta-squared	.010	.000	.055
	Epsilon-squared	.005	-.005	.050
	Omega-squared Fixed-effect	.005	-.005	.050

13. Sosial media dərse fokuslanmağıma mane olur.	Eta-squared	.022	.000	.076
	Epsilon-squared	.017	-.005	.071
	Omega-squared Fixed-effect	.017	-.005	.071
	Omega-squared Random-effect	.017	-.005	.071
15. Sosial media məni daha yaradıcı düşünməyə təşviq edir.	Eta-squared	.006	.000	.046
	Epsilon-squared	.001	-.005	.041
	Omega-squared Fixed-effect	.001	-.005	.041
	Omega-squared Random-effect	.001	-.005	.041
16. Sosial mediada öyrədici videolar (YouTube, Instagram, TikTok və s.) mənə daha rahat öyrənməyə imkan verir.	Eta-squared	.001	.000	.028
	Epsilon-squared	-.004	-.005	.023
	Omega-squared Fixed-effect	-.004	-.005	.023
	Omega-squared Random-effect	-.004	-.005	.023
17. Sosial mediadan istifadə zamanı öz təhlükəsizliyimi təmin edə bilərəm.	Eta-squared	.004	.000	.040
	Epsilon-squared	-.001	-.005	.035
	Omega-squared Fixed-effect	-.001	-.005	.035
	Omega-squared Random-effect	-.001	-.005	.035
18. Sosial mediada yayılan məlumatların doğruluğunu yoxlayıram.	Eta-squared	.000	.000	.022
	Epsilon-squared	-.005	-.005	.017
	Omega-squared Fixed-effect	-.005	-.005	.016
	Omega-squared Random-effect	-.005	-.005	.016
20. Sosial mediada təhsil səhifələrini/fenomenlərini izləmək faydalıdır.	Eta-squared	.024	.000	.081
	Epsilon-squared	.019	-.005	.076
	Omega-squared Fixed-effect	.019	-.005	.076
22. Sosial media özümüifadə etmə və fikrimi paylaşma imkanımı artırır.	Eta-squared	.004	.000	.040
	Epsilon-squared	-.001	-.005	.035
	Omega-squared Fixed-effect	-.001	-.005	.035
	Omega-squared Random-effect	-.001	-.005	.035
23. Sosial mediada həmyaşıdlarımın həyat tərz, uğurları, paylaşımalarını izlədikdə özümü onlarla müqayisə edə bilərəm.	Eta-squared	.000	.000	.016
	Epsilon-squared	-.005	-.005	.011
	Omega-squared Fixed-effect	-.005	-.005	.011
	Omega-squared Random-effect	-.005	-.005	.011
24. Sosial media müəllim və yoldaşlarımla çevik ünsiyyət qurmağa kömək edir.	Eta-squared	.000	.000	.023
	Epsilon-squared	-.005	-.005	.018
	Omega-squared Fixed-effect	-.005	-.005	.018
	Omega-squared Random-effect	-.005	-.005	.018
25. Sosial media təhsil sistemində uğurla inteqrasiya edilə bilər.	Eta-squared	.001	.000	.027
	Epsilon-squared	-.004	-.005	.022
	Omega-squared Fixed-effect	-.004	-.005	.022
	Omega-squared Random-effect	-.004	-.005	.022

Nəticəyə görə yalnız aşağıdakı 3 ifadə üzrə statistik baxımdan əhəmiyyətli fərq müşahidə olunmuşdur:

1. "Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram" ifadəsi üzrə ($F(1,198) = 5.126, p = 0.025$),

2. "Sosial media dərəcə fokuslanmağıma mane olur" ifadəsi üzrə ($F(1,198) = 4.356$, $p = 0.038$),
3. "Sosial mediada təhsil səhifələrini izləmək faydalıdır" ifadəsi üzrə ($F(1,198) = 4.945$, $p = 0.027$).

Nəticələr göstərir ki, qadın və kişi tələbələrin sosial mediadan istifadəyə yanaşmaları bu sahələrdə fərqlilik göstərir. Digər ifadələr üzrə isə statistik fərq aşkar edilməmişdir ($p > 0.05$). Digər ifadələr (sosial medianın təhlükəsizliyi, məlumatların doğruluğu, yaradıcılığa təsiri) üzrə cinslər arasında fərq aşkar edilməmişdir. Bu o deməkdir ki, bu sahələrdə hər iki cins oxşar fikirdədirlər.

Pearson korrelyasiyası

Pearson korrelyasiyası analizi iki kəskin dəyişən arasında əlaqənin istiqamətini və gücünü ölçmək məqsədilə istifadə olunan statistik üssuldur. Bu analiz Sir Karl Pearson tərəfindən inkişaf etdirilmiş və dünyada ən geniş formada istifadə olunan korrelyasiya növlərindən biridir.

Pearson korrelyasiya əmsalı (r) -1 ilə $+1$ arasında dəyişir:

$r = +1$ olduqda, dəyişənlər arasında mükəmməl pozitiv (eyni istiqamətdə) xətti əlaqə mövcuddur.

$r = -1$ olduqda, dəyişənlər arasında mükəmməl neqativ (əks istiqamətdə) xətti əlaqə var.

$r = 0$ olduqda isə dəyişənlər arasında xətti əlaqə yoxdur.

Əmsalın böyüklüyü (modulu) əlaqənin gücünü, işarəsi isə əlaqənin istiqamətini göstərir.

1. Cinsə görə Pearson korrelyasiyası

Qadın (Kod 0)

- Vaxt məhsulardır, marağım artır $\rightarrow r = 0.44$
- Dərs üçün mənbə tapıram, təhsil sisteminə inteqrasiya $\rightarrow r = 0.38$
- Təhlükəsizlik, inteqrasiya $\rightarrow r = 0.45$

Kişilər (Kod 1)

- Yaradıcılıq, təhsil inteqrasiyası $\rightarrow r = 0.43$
- Təhlükəsizlik, təhsil inteqrasiyası $\rightarrow r = 0.45$
- Doğruluq yoxlaması, təhsil inteqrasiyası $\rightarrow r = 0.42$

1. Təhsil səviyyəsinə görə Pearson korrelyasiyası

Bakalavriat (Kod 0):

- 10 / 25 → $r = 0.41$

- 17 / 25 → $r = 0.54$

- 20 / 25 → $r = 0.46$

Magistratura (Kod 1):

- 10 / 25 → $r = 0.26$

- 17 / 25 → $r = 0.20$

16 / 25 → $r = 0.34$

Bu nəticələr göstərir ki, təhsil səviyyəsi artdıqca suallar üzrə əlaqələr nisbətən zəifləyir. Həmçinin bakalavr səviyyəsində də təhlükəsizlik, mənbə tapmaq kimi əlaqələr daha güclü müşahidə olunmuşdur ($r > 0.45$), bu da onların sosial mediadan istifadə zamanı təhsilə inteqrasiyanı daha çox dəstəklədiklərini göstərir.

Cədvəl 2.5.4 Təhsil səviyyəsinə əsasən təhlükəsizliyin təmin olunma göstəriciləri

<i>Sual</i>	<i>F dəyər</i>	<i>P-sig</i>	<i>Fərq əhəmiyyəti</i>
Sosial mediadan istifadə zamanı təhlükəsizliyimi təmin edirəm.	3.062	0.049	Statistik cəhətdən fərq var.
Digər 14 sual	$F < 3$	$P > 0.05$	Əhəmiyyətli fərq yoxdur.

Təhsil səviyyələrinə görə “Öz təhlükəsizliyimi təmin edirəm” başlıqlı suala əsasən iştirakçılar arasında statistik əhəmiyyətli fərq mövcuddur. Belə ki, təhsil səviyyəsi artdıqca tələbələrin sosial mediada təhlükəsizlik qaydalarına yanaşmaları dəyişir. Əsasən magistr və doktorantlar bu sahədə daha şüurludur və təhlükəsizlik tədbirlərinə daha çox riayət edirlər.

T-Test analizi

“Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.” və “Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.” ifadələri arasında əsaslı statistik fərqlər olduğundan T-test analizinin cinsiyyətlər üçün təhlili verilmişdir.

Cədvəl 2.5.5 Cinslərarası fokuslanma və vaxt ilə bağlı T –Test

	Cins (Kod)	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
9. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	0	161	3.45	1.072	.084
	1	39	3.87	.864	.138
13. Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.	0	161	3.35	1.125	.089
	1	39	3.77	1.158	.185

Independent Samples Test											
Levene's Test for Equality of Variances						t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Significance Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower	95% Confidence Interval of the Difference Upper
9. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	Equal variances assumed	6.770	.010	-2.264	198	.012	.025	-.418	.185	-.783	-.054
	Equal variances not assumed			-2.581	69.350	.006	.012	-.418	.162	-.742	-.095
13. Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.	Equal variances assumed	.297	.586	-2.087	198	.019	.038	-.421	.202	-.820	-.023
	Equal variances not assumed			-2.051	56.674	.022	.045	-.421	.205	-.833	-.010

Independent Samples Effect Sizes					
		Standardizer ^a	Point Estimate	95% Confidence Interval	
				Lower	Upper
9. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	Cohen's d	1.035	-.404	-.756	-.052
	Hedges' correction	1.039	-.403	-.753	-.051
	Glass's delta	.864	-.484	-.848	-.115
13. Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.	Cohen's d	1.131	-.372	-.724	-.020
	Hedges' correction	1.136	-.371	-.721	-.020
	Glass's delta	1.158	-.364	-.721	-.003

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Cədvəl 2.5.6 Cinslərarası fokuslanma və vaxt ilə bağlı müqayisəli fərq

Sual	Qadın ort.	Kişi ort.	Fərq	(Two tailed)	Cohen's	Şərh
Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.	3.45	3.87	-0.42	0.012	0.404	Əhəmiyyətli, orta effekt
Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.	3.35	3.77	-0.42	0.045	0.372	Əhəmiyyətli, orta effekt

Bu iki sualda kişilər daha yüksək ortalama ilə cavab veriblər. Bu da o deməkdir ki:

- Kişi tələbələr dərslə görə daha çox sosial mediada vaxt keçirirlər.
- Onların fokusları sosial media səbəbilə daha çox pozulur.
- $p < 0.05$ olduğuna görə bu fərqlər statistik cəhətdən əhəmiyyətlidir.

T-Test analizi 2

“Sosial mediada həmyaşıdlarımın uğurları və paylaşımlarını izlədikdə özümü onlarla müqayisə edirəm” ifadəsinin cinslərə görə T-Test analizindən alınan nəticə:

Cədvəl 2.5.7 Cinsiyyət fərqlərinə görə həmyaşıd paylaşımlarından təsirlənmə üzrə T-Test analizi

<i>Cins</i>	<i>Say</i>	<i>Ortalama (Mean)</i>	<i>Standart Sapma (SD)</i>
Qadın (kod 0)	161	3.14	1.170
Kişi (kod 1)	39	3.10	1.209

Ortalama fərq: 0.034

- $t(198) = 0.162$, $p = 0.871$

- Cohen's $d = 0.029 \rightarrow$ zəif effekt

- Etibarlılıq intervalı: -0.38 ilə +0.45 arasında

Nəticəyə əsasən, qadın tələbələrin orta göstəricisi ($M=3.14$, $SD=1.17$), kişi tələbələrin orta göstəricisi isə ($M=3.10$, $SD=1.21$) olmuşdur.

Ortalamalar arasındakı fərq statistik baxımdan əhəmiyyətli olmamışdır. ($t(198) = 0.162$, $p = 0.871$)

Eyni zamanda Cohen's $d = 0.029$ olaraq əldə edilmiş, bu da təsirin olmadığını göstərir. Qeyd edilən nəticəyə əsasən, tələbələrin sosial müqayisə meylləri cinsindən asılı olaraq fərqlənmir. Təsirlənmə gücü hər iki cinsdə eyni dərəcədədir.

2.6 Tədqiqatın keyfiyyət metodologiyası

Keyfiyyət yanaşması tədqiqatçıya iştirakçıların düşüncələrini, təcrübələrini və subyektiv baxışlarını daha dərinlən anlamağa geniş imkan verir. Bu metod sosial hadisələrin mənə və məzmununu izah etmək üçün xüsusilə faydalıdır.

Tədqiqatın əsas məqsədi tələbələrin sosial media vasitəsilə yeni biliklər əldə etmə prosesinə dair baxışlarını və təcrübələrini araşdırmaqdır. Bu məqsədlə sorğu metodu seçilmiş və 3 açıq tipli sualdan istifadə edilmişdir. Açıq suallar iştirakçılara fikirlərini sərbəst və təfəssil şəkildə ifadə etməyə şərait yaramışdır.

Sorğuda istifadə olunan açıq tipli suallar aşağıdakılardır:

- Yeni biliklər əldə etmək üçün ən çox hansı sosial media platformalarından istifadə edirsiniz? (Maksimum 2 ad kifayətdir)
- Sosial mediada hansı məzmunlu məlumatları tapmaqda çətinlik çəkirsiniz?
- Sosial media vasitəsilə daha çox hansı məzmunlu biliklər əldə edirsiniz?

Suallar tələbələrin sosial mediadan istifadə verdişlərini, informasiya axtarışı zamanı qarşılaşdıqları çətinlikləri və əsas maraq sahələrini müəyyən etmək üçün hazırlanmışdır. Toplanan cavablar mövzuya dair dərin anlayış yaratmaq və ortaq tendensiyaları müəyyənləşdirmək məqsədilə məzmun analizi üsulu ilə təhlil olunmuşdur.

Cədvəl 2.6.1 “Yeni biliklər əldə etmək üçün ən çox hansı sosial media platformalarından istifadə edirsiniz?” sualından əldə edilən nəticələr

<i>Sosial media platformları</i>	<i>İstifadəçi sayı</i>
1. YouTube	113
2. Instagram	73
3. Google	42
4. Chatgpt	32
5. TikTok	27
6. Telegram	20
7. Facebook	14
8. Linkedin	11
9. Duolingo	3
10. Udemey	3
11. Whatsapp	3
12. Spotify	1
13. Twitter	1

Respondentlərə ünvanlanan “Yeni biliklər əldə etmək üçün ən çox hansı sosial media platformalarından istifadə edirsiniz?” sualına əsaslanan nəticələrə görə, tələbələr arasında yeni informasiya və bilik axtarışı zamanı müxtəlif platformalara üstünlük verildiyi müşahidə olunur. Cədvəldə təqdim olunan 13 platforma üzrə iştirakçı sayı əsas götürülərək aparılan təhlil göstərir ki, ən çox istifadə edilən platforma YouTube olmuşdur. Belə ki, 113 nəfər respondent yeni biliklər əldə etmək məqsədilə bu platformanı seçdiyini bildirmişdir. Bu nəticə, əsasən, vizual və şərhli məzmunların daha asan qavranılması ilə bağlıdır.

İkinci yerdə Instagram (73 nəfər), üçüncü yerdə isə Google (42 nəfər) qərarlaşmışdır. Instagram-ın bu siyahıda üst sıralarda yer alması, bu platformada təhsil, motivasiya, fərdi inkişaf və akademik səhifələrin çoxalması ilə əlaqələndirililir. Google-un isə əsasən mənbə axtarışında istifadə edildiyi ehtimal olunur.

Diqqət çəkən digər nəticələrdən biri ChatGPT və TikTok kimi platformaların da yeni bilik əldə etmədə aktiv istifadə olunmasıdır (müvafiq olaraq 32 və 27 nəfər). Bu nəticə göstərir

ki, artıq interaktiv və qısa formatlı məlumat təqdim edən süni intellekt alətləri və sosial platformalar da təhsil mühitində əhəmiyyət qazanmaqdadır.

Telegram (20), Facebook (14), LinkedIn (11) kimi platformalar isə daha az göstəricilərlə orta sıralarda yer almışdır. Bu, onların daha spesifik auditoriyaya xitab etməsi ilə izah edilə bilər. Duolingo, Udemy, Whatsapp (hər biri 3 nəfər) kimi daha məqsədli öyrənmə alətləri isə gözlənilmədiyi kimi nisbətən az istifadə olunmuşdur. Spotify və Twitter isə yalnız 1 nəfər tərəfindən qeyd olunmuşdur ki, bu da bu platformaların əsasən təhsil xarakterli məqsədlərdən kənar istifadə edildiyini göstərir.

Ümumilikdə aparılan təhlil göstərir ki, ənənəvi və video əsaslı məzmun təqdim edən platformalar (xüsusilə YouTube) hələ də tələbələrin bilik əldə etmə prosesində başlıca mənbə kimi çıxış edir. Eyni zamanda, ChatGPT və TikTok kimi yeni nəsil platformaların da getdikcə populyarlaşması təhsil sferasında texnoloji trendlərin dəyişdiyini göstərir.

Sual 2. Sosial mediada hansı məzmunlu məlumatları tapmaqda çətinlik çəkirsiniz?

(Məzmun analizi)

Statistik göstəricilərə əsaslanaraq məzmun analizi aşağıdakı formada ümumiləşdirilmişdir:

1. Etibarlı elmi məlumatları tapmaqda çətinlik çəkənlər:

Təxminən 28% iştirakçı sosial mediada elmi, akademik və düzgün məzmunlu məlumatların azlığından şikayət edib. Bu cavablar aşağıdakı açar ifadələrdə təzahür edir:

"Azərbaycan dilində elmi məqalələr azdır"

"Akademik məzmunlu məlumatlar tapmaq çətindir"

"Etibarlı tibbi biliklər tapılmır"

"Bəzi dəqiq tarixi məlumatların paylaşılmasına icazə olmadığı üçün məlumatlanmaq olmur."

"Düzgün və ekspertlər tərəfindən təsdiqlənmiş məlumatlar"

"Tutarlı mənbələrə çatmaq mümkün deyil"

2. Kitab və dərs vəsaitləri ilə bağlı çətinliklər:

Təxminən 17% iştirakçı kitabların PDF-ləri, dərs vəsaitləri və ya metodik materialların tapılmasında çətinlik çəkdiyini bildirib. Cavab nümunələri:

"Kitab PDF-ləri tapmaq çətindir"

"Ali riyaziyyatla bağlı ədəbiyyatlar çatışmır"

"Orta məktəb dərslikləri yoxdur"

"Azərbaycan dilində və ya azərbaycan dilinə tərcümə olunmuş material və kitablar tapmaqda çətinlik çəkirəm"

3. Tədbirlər və akademik fəaliyyətlər barədə məlumat azlığı:

Respondentlərin təxminən 10%-i təlim, seminar, konfrans və ya ali təhsil müəssisələri ilə bağlı informasiyaların sosial mediada yayılmamasından narazı olub:

“Tədbirlər gec paylaşılır”

“Konfranslar haqda məlumat az olur”

4. Dini, fəlsəfi, mədəni və incəsənət yönümlü biliklər:

Təxminən 8-10% iştirakçı qeyri-akademik, lakin mədəni və intellektual məzmunlu məlumatların azlığını qeyd edib:

"Dini biliklərə az rast gəlinir"

"Estetik, dizayn və incəsənət mövzuları azdır"

5. “Çətinlik çəkmirəm” və ya “heç bir məlumatda çətinlik yoxdur” deyənlər:

Təxminən 20% iştirakçı heç bir məzmunla bağlı çətinlik yaşamadığını qeyd edib. Bu iştirakçılar sosial medianı effektiv axtarış vasitəsi hesab edirlər.

Əldə olunan statistik nəticələr göstərir ki, tələbələrin böyük əksəriyyəti sosial mediada elmi, akademik və təhsilyönümlü məzmunlara çıxışda çətinlik yaşamamışdır. Bu isə sosial medianın informativ funksiya baxımından hələ tam yetkin və sistemativ olmadığını sübut edir.

Sual 3. Sosial media vasitəsilə ən çox hansı məzmunlu biliklər əldə edirsiniz? (Məzmun analizi)

Sual açıq uclu olduğundan cavablar məzmun təhlili (content analysis) üsulu ilə kodlaşdırılmış və təhlil edilmişdir. Məzmun kateqoriyaları aşağıdakı kimi müəyyənləşdirilmişdir.

1. Akademik və elmi məzmunlu:

Bu bölmə aşağıdakı sahələri özündə əks etdirərək qruplaşdırılmışdır:

- fəlsəfə
- psixologiya
- pedaqogika
- elmi mövzular
- müxtəlif təhsil sahələrinin nəzəri və praktiki əsasları (riyazi, dil, metodika, tibb, memarlıq)

İştirakçıların əhəmiyyətli hissəsi bu tip məlumatlara üstünlük verdiyini bildirmişdir. Bu, sosial medianın yalnız əyləncə vasitəsi deyil, eyni zamanda qeyri-formal öyrənmə platforması kimi də istifadə olunduğunu göstərir. Baxmayaraq ki, sorğuda əsasən yerli mənbələrlə bağlı problem yaşanır, əksinə tələbələr yüksək motivasiya ilə elmi yaradıcılığa da xüsusi vaxt və diqqət ayırırlar.

1. *Dil öyrənməyə yönəlik məzmunlar:*

Bəzi iştirakçılar sosial media vasitəsilə xarici dil bilikləri əldə etdiklərini qeyd etmişdir. İştirakçılar dil öyrənmək üçün Edmodo, Kahoot, Duolingo, Ewa kimi inkişafetdirici onlayn platformalardan istifadə etdiklərini qeyd etmişdir. Bu da sosial medianın fərdi inkişaf və öyrənmədə funksional rol oynadığını nümayiş etdirir.

2. *Məişət gündəlik həyat üslubu:*

Respondentlərin yüksək faizli hissəsi daha çox tematik alt qruplar aşağıdakı sahələrlə maraqlanır:

- sağlam qidalanma
- geyim
- gözəllik
- moda

Bu hallar sosial medianın həm şəxsi maraqlara, həm də gündəlik həyat vərdişlərinə təsir gücünü göstərir.

3. *Əyləncəyə və sosial trendlərə aid məzmunlar:*

Buraya vlog, əyləncə xarakterli paylaşımlar və fenomenlərə dair məzmun daxildir. Cavablar göstərir ki, bəzi iştirakçılar üçün sosial media həm də istirahət və sosiallaşma vasitəsidir.

4. *Sağlamlıq və psixologiyaya aid məzmunlar:*

Tələbələr arasında idman, zehni və fiziki fəaliyyətlər, psixologiya, sağlam qidalanma məsələlərinə dair maraqlar da qeydə alınmışdır. Bu da göstərir ki, sosial media təkcə öyrənməni deyil, psixososial rifahın dəstəklənməsini də təşviq edən bir vasitə kimi çıxış edə bilər.

Ümumilikdə aparılan məzmun təhlili göstərir ki, sosial media tələbələrin fərdi və akademik inkişafında müxtəlif aspektlər üzrə məlumat mənbəyi kimi çıxış edir. Bu da sosial medianın təhsil mühitində effektiv istifadəsinin potensialını və bu platformaların maarifləndirici rolunu önə çıxarır (Yang, C., & Brown, B. B. 2013 s, 403).

NƏTİCƏ

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, sosial media müasir dövrdə tələbə öyrənməsinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Əldə olunan empirik məlumatlar və aparılmış təhlillər əsasında aydın olur ki, tələbələr sosial medianı yalnız informasiya əldə etmək vasitəsi kimi deyil, eyni zamanda akademik biliklərini dərinləşdirmək, əməkdaşlıq mühiti yaratmaq və yaradıcı düşüncələrini ifadə etmək üçün də istifadə edirlər. Məlumat toplama mərhələsində iştirak edən tələbələrin əksəriyyəti sosial medianın təhsildə funksional rol oynadığını vurğulamış, bu platformaların onlara dərslər materiallarına daha rahat çıxış, müəllimlərlə və həmyaşıdları ilə daha çevik ünsiyyət və dərslər motivasiyanın artması baxımından müsbət təsir etdiyini qeyd etmişlər.

Daimi olaraq inkişaf edən və dəyişən sosial media platformalarının təqdim etdiyi azadlıq, xüsusilə universitet tələbələrinin bu platformaları davamlı izləməsinə səbəb olmaqda və bu mühitlərin olmadığı və istifadə edilmədiyi bir şəraitin mövcudluğunu çətinləşdirməkdədir. Demək olar ki, bütün universitet tələbələrinin iştirak etdiyi başda Facebook, Twitter, Google+, YouTube və Instagram olmaqla müxtəlif sosial şəbəkə saytlarının təhsil və tədris mühitlərində də gündən-günə artan şəkildə istifadə edildiyinə şahid olmaq mümkündür. Bu platformalar əsasən dərslərlə, müəllim heyəti ilə və tədris mühiti ilə bağlı informasiya paylaşımı şəklində istifadə olunsa da, artmaqda olan şəkildə təhsil prosesini dəstəkləyici məqsədlərlə istifadə edildiyi məlumdur. Sosial şəbəkə saytları təhsil mühitini dərslər resurslarının paylaşımı, tapşırıqların verilməsi və alınması, hətta müəyyən dərslər bölmələrinin sosial media mühitinə inteqrasiyası yolu ilə dəstəkləməkdədir. Bu şəkildə dərslərin bir hissəsinin sosial media vasitəsilə həyata keçirilməsi yalnız tələbələrin deyil, müəllimlərin də bu platformalardan tədris məqsədilə istifadə etməsinə səbəb olmuşdur. Bu tədqiqat, universitet tələbələrinin sosial şəbəkə saytlarından istifadə vəziyyətləri, onların sosial media mühitlərini təhsil məqsədilə istifadə etmə vəziyyətləri və bu platformalara qarşı tutumlarını müəyyənləşdirməyə yönəlmiş bir tədqiqatdır.

Bu tədqiqat vasitəsilə universitet tələbələrinin təhsil və tədris proseslərində sosial media mühitlərindən istifadə vəziyyətləri ortaya qoyulmuşdur. Tədqiqatın əsas məqsədi olan universitet tələbələrinin təhsil prosesində sosial media mühitlərindən istifadə hallarını müəyyənləşdirmək kontekstində aşağıdakı araşdırma suallarına da cavab axtarılmışdır:

- Universitet tələbələri sosial media şəbəkələrindən hansı məqsədlərlə istifadə edirlər?
- Universitet tələbələri hansı sosial media platformalarından istifadə edirlər?

- Universitet tələbələrinin, sosial medianın təhsil proseslərindəki əhəmiyyəti ilə bağlı düşüncələri nələndir?
- Universitet tələbələrinin təhsildə sosial mediadan istifadə etməyə dair münasibətləri necədir?
- Universitet tələbələrinin təhsil proseslərində sosial medianın istifadə tezliyi hansı səviyyədədir?

Sosial medianın öyrənmə mühitinə gətirdiyi əsas yeniliklərdən biri təhsilin daha interaktiv və tələbə yönümlü formaya keçməsidir. Ənənəvi tədris metodlarından fərqli olaraq, sosial media vasitəsilə tələbələr dərs prosesində passiv dinləyici deyil, aktiv iştirakçı kimi çıxış edirlər. Onlar mövzularla bağlı öz fikirlərini sosial şəbəkələrdə paylaşır, onlayn müzakirələrdə iştirak edir və müxtəlif mənbələrdən əldə etdikləri bilikləri qarşılaşdıraraq daha dərin təhlil aparmaq imkanı qazanırlar. Bu da onların tənqidi və analitik düşünmə bacarıqlarını formalaşdırır. Məsələn, tələbələrin YouTube platformasında mövzu ilə bağlı dərs izahlarını izləməsi və ya Instagram, Telegram kimi platformalarda dərs qeydlərinin paylaşılması onların öyrənmə keyfiyyətini artıran amillər kimi qiymətləndirilmişdir.

Bununla yanaşı, sorğu və müsahibə nəticələri göstərir ki, sosial medianın təhsilə inteqrasiyası bəzi çətinlikləri və riskləri də özü ilə gətirir. Tələbələrin bir hissəsi bu platformalarda keçirdikləri vaxtın idarə olunmasında çətinlik çəkdiklərini, dərse fokuslanmaqda problem yaşadıklarını və sosial media asılılığına yaxın vəziyyətlərə düşdüklerini etiraf etmişlər. Diqqətin yayılması, informasiyanın bolluğu və qeyri-etibarlı mənbələrə çıxış bu risklər sırasında xüsusilə vurğulanır. Tələbələrin bir hissəsi sosial mediada yayılan məlumatların doğruluğunu yoxlamadan onlardan istifadə etdiklərini və bunun nəticəsində yanlış informasiya ilə qarşılaşdıklarını bildirmişdir. Bu da tədrisdə media savadlılığının və informasiya analizi bacarığının vacibliyini ön plana çıxarır.

Tədqiqatın nəticələri həm də göstərir ki, sosial medianın öyrənməyə təsiri tələbənin istifadə məqsədi, müddəti və rəqəmsal savadlılıq səviyyəsi ilə birbaşa əlaqəlidir. Tələbələr bu alətlərdən məqsədyönlü və planlı şəkildə istifadə etdikdə onlar üçün faydalı öyrənmə resursuna çevrilir. Əks halda, sosial media təhsil prosesinə mane olan, vaxtı səmərəsiz istifadə etməyə səbəb olan bir faktor kimi çıxış edir. Bu kontekstdə tələbələrə sosial media istifadəsi ilə bağlı düzgün yanaşma aşılanmalı, rəqəmsal etika, zaman idarəetməsi və mənbə seçimi kimi bacarıqların inkişafına xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Eyni zamanda, sosial medianın tələbələrin yaradıcı potensialına və təqdimat bacarıqlarına da müsbət təsir etdiyi müşahidə olunmuşdur. Tələbələr bu platformalarda hazırladıqları infoqrafika, video təqdimat və bloq yazıları vasitəsilə özlərini daha sərbəst ifadə edir, həmyaşıdlarının rəyini almaqla özlərini inkişaf etdirirlər. Bu proses həm özünəinamın formalaşmasına, həm də tələbələrin fərdi tədris məsuliyyətinin artmasına kömək edir. Sosial media bu baxımdan yalnız texnoloji vasitə deyil, həm də şəxsi və sosial bacarıqları inkişaf etdirən çoxşaxəli bir öyrənmə mühitinə çevrilir.

Müasir dövrdə sosial media tələbələrin öyrənmə prosesində həm güclü, həm də zəif tərəfləri ilə mövcuddur. Onun effektiv şəkildə istifadə olunması üçün təhsil sistemində bu alətin imkanlarının tanınması, istifadəsinə dair düzgün yanaşmaların formalaşdırılması və tələbələrin rəqəmsal dünyada təhlükəsiz, məsuliyyətli şəkildə davranmasına dair bilik və bacarıqlarının artırılması vacibdir. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, sosial media düzgün yönləndirildikdə və pedaqoji məqsədlərlə istifadə olunduqda təhsil keyfiyyətinin yüksəldilməsinə əhəmiyyətli töhfə verə bilər.

Tədqiqat zamanı aparılan **sorğudan** aşağıdakı nəticələrə gəlinmişdir:

- Xarici tədqiqatlara əsasən gün ərzində sosial mediada şüurlu və ya şüursuz şəkildə 4-5 saatdan artıq vaxt keçirmək insan sağlamlığı və psixologiyası üçün zərərli hesab olunur. Lakin, təəssüf ki, sorğu əsasında iştirakçıların 27%-i sosial mediada 3-4 saat, 36.5%-i isə 4 və daha çox vaxt keçirir. Bu göstərici ölkəmizin tələbələrinin gündəlik vaxt ayrımı ilə bağlı problem yaşadığının bariz göstəricisidir.
- Müxtəlif öyrənmə fərqliliklərinə məxsus olan əsas nümunə kütləsi ümumi olaraq öyrənmə prosesində sosial medianın maraq oyandırıcı vasitə olduğunu qeyd edir. Bunu qeyd edən tələbə faizi 38-dir. Maraqlısı budur ki, qətiyyənlə razı olmayanların faizi kəskin az olsa belə, neytral mövqedə dayananlar ən yüksək göstərici faizinə malikdir. (41.5 %) Bu isə tələbələrin monoton olaraq öyrənmə vasitəsi kimi yalnız sosial mediadan istifadə olunmasında qarşı mövqedə dayanmaqlarından irəli gəlir. Belə tələbələr müəllimləri və həmyaşıdları birlikdə ilə üz-üzə əlaqənin əhəmiyyətini yüksək qiymətləndirir.
- Sözsüz ki, əgər sosial media bizim həyat rejimimizə çevirilibsə tələbələrə “sıxıcı” gələn dərslərdən daha çox sosial mediada gəzinmək daha maraqlıdır. Tələbələr hətta bəzən dərslər müddətində belə sosial mediadan davamlı olaraq istifadə etməkdən çəkinmir. Elə buna görə də sorğuda verilən sosial mediada dərslərə nisbətən daha çox vaxt keçirənlərin faiz göstəricisi 41-dir.

- Ömrünün az bir qismində sosial mediadan istifadə edən yaşlı və ya körpə cəmiyyətin belə artıq sosial vasitəsilə axtardığı suala cavab tapa bildiyi dövrdə yaşayırıq. Müxtəlif əsaslı səbəblər istisna olmaqla, tələbələrin 57.5%-i sosial mediada dərslə bağlı axtardığı suallara rahatlıqla cavab tapa bilir. Bununla da tələbələrin rəqəmsal savadlılığının inkişaf etdiyi təsdiq olunur.
- Hər birimiz gündəlik sosial mediadan çox istifadə etsək belə, onun nə dərəcədə bizə zərər verdiyini gözlə görə bilmirik. Bu zərər bəzilərimizə isə aydın formada sağlamlıq cəhətdən özünü göstərir: gözümüz zəifləyir, yuxu rejimi pozulur, səbrsizlik yaranır, bel qaməti əyilir və s. Sorgudan əldə olunan nəticəyə görə isə iştirakçıların yüksək faizi bu sağlamlıq təsirlərini görüblər. (44.5 %)
- Sosial medianın dərslə fokuslanmağında maneçilik yaradığı cinsiyyət əsasən kişilərdə formalaşmışdır. Bu isə kişilərdə qadınlara nisbətən diqqət paylanmasının zəif olduğunu göstəricisidir. Tədqiqatlar göstərir ki, qadınlar eyni anda 2 müxtəlif fəaliyyətə diqqət ayıra bilir. Kişilərdə isə bu proses bir qədər zəifdir. Bu nəticənin başqa prizmadan baxdıqda bir başqa səbəbləri də ola bilər: Sosial media platformalarında çox sayda bildiriş, mesaj və yeniliklər tələbələrin diqqətini dərstdən yayındıra bilər. Xüsusilə dərslər zamanı telefon və ya kompüter vasitəsilə sosial media ilə əlaqə qurmaq, əsas mövzuya diqqət yetirməyə mane olur. Bir neçə dəqiqəlik ara vermək adı ilə başlayıb saatlarla sosial mediada vaxt keçirmək, dərslər hazırlığı üçün ayrılmalı olan vaxtın itirilməsinə yol açır. Sosial mediada vaxt keçirmək, xüsusilə gecə saatlarında, yuxu keyfiyyətini azalda bilər. Bu da tələbələrin səhər saatlarında dərslə fokuslanmalarını çətinləşdirir. Yuxusuzluq, zehni yorğunluq və diqqət əksikliyi yarada bilər. Sosial mediada baş verən müzakirələr, şəxsi münasibətlər və ya müsbət/ mənfi reaksiyalar tələbələrin emosional vəziyyətini təsir edə bilər.
- Yeni biliklərin əldə olunmasında yüksək faizlə Youtube seçilmişdir. Youtube-in geniş imkanlarından istifadə hər təbəqənin əlindən tutur və istiqamətləndirir. Youtube vasitəsilə bizə lazım olan videoları sürətli formada izləyə, subtitl imkankarından istifadə edərək dil bariyerimizi inkişaf etdirə, və ən əsası bizə lazım olan məlumatları çətinliyə getmədən əldə edə bilərik.
- Məzmun yaratmaq, yenilikləri görmək, təhlillər və müqayisələr aparmaq tələbələri kreativ düşünməyə vadar edir. Sorguda sosial medianın tələbələrin yaradıcı düşünməsinə vadar etməyinə 53%-lə razılıq əldə olunmuşdur. Bu, tələbələrin gələcək

fəaliyyətlərində müasir dövrün bacarıqlarından geniş formada istifadə etmə şəraiti yaradacaqdır.

- Tələbələrin özünütəhlükəsizlik qaydalarından məlumatlılığını ölçmək məqsədilə sorğu da aparılmışdır. Sevindirici haldır ki, tələbələrin əsas hissəsi sosial mediada özünütəhlükəsizlik tənzimlənmələrini həyata keçirir. Bu, tələbələrin rəqəmsal savadlılığının və fərqiindəliyin yüksək səviyyədə olduğunu göstəricisidir.
- Bəzən sosial mediada yayılan informasiyaların saxta olduğunu onun dizayn və yazılış üslubundan belə görmək mümkün olur. Saxta məlumatlar çox vaxt emosional cəhətdən təsir edici olur. Bu, tələbələrin diqqətini cəlb etmək və onlara yanlış məlumatları təqdim etmək üçün istifadə edilən bir taktika ola bilər. Məsələn, həyəcan doğuran başlıqlar və manipulyativ şəkillər tələbələrin təhlil etmədən məlumatları qəbul etməsinə səbəb ola bilər. Qeyri-ədəbi dildə yazılmış, əlaqəsiz şəkillərlə paylaşılmış məlumatlar çoxları tərəfindən asanlıqla seçilə bilər. Dezinformasiyaların yayılmasının qarşısını almaq məqsədilə bir məlumatın etibarlılığını yoxlamaq üçün müxtəlif mənbələrə üz tutmaq tövsiyə olunur.
- Tələbələr müxtəlif sahələr üzrə sosial mediada axtarışla bağlı çətinliklər yaşayırlar. Elmi işin sonunda belə nəticəyə gəlinir ki, ölkəmizin tələbələri öz dilimizdə olan mənbələrə, pdf formatlara ehtiyac hissi duyur. Sosial media çox zaman etibarlı və dəqiq məlumatın mənbəyi olmur. Bu səbəbdən tələbələr, müəyyən mövzularla bağlı yerli mənbələrə müraciət etdikdə, yanlış və ya təsdiqlənməmiş məlumatlarla qarşılaşa bilərlər. Başqa bir səbəb kimi, Sosial medyanın axtarış alqoritmləri bəzən yerli mənbələrə yönəlməyə bilər. Axtarışlar daha çox beynəlxalq, ümumi mənbələrə yönəlir və yerli mənbələr tapmaq çətinləşir.
- Tələbələr sosial media vasitəsilə rahatlıqla öz fikirlərini paylaşa bilər. Sosial media mühitinin təqdim etdiyi açıq platformalar, tələbələrə fikirlərini sərbəst bildirmək, ideyalarını paylaşmaq, yaradıcı fəaliyyətlərini nümayiş etdirmək üçün geniş imkanlar yaradır. Erving Goffmanın “özünü təqdim etmə” konsepsiyasına əsasən, tələbələr sosial mediada özlərini auditoriyaya uyğun şəkildə təqdim edir, yəni hansı auditoriya üçün hansı “rol”u oynadıqlarını şüurlu şəkildə seçirlər. Bu kontekstdə tələbələrin özünüifadəsi bəzən müsbət nəticələr verir – məsələn, onların özünəinamı artır, yaradıcı potensialı stimullaşır və sosial fəallığı güclənir. Digər tərəfdən, digərlərinin bəyəni və təsdiqinə olan ehtiyac bəzi hallarda tələbələrdə psixoloji təzyiq və özünü müqayisə

problemini doğura bilər. Bu isə onların real şəxsiyyətlərini gizlətməyə və “ideal mən” obrazını formalaşdırmağa səbəb olur.

Tədqiqat nəticələri göstərdi ki, tələbələr sosial mediada ən çox həmyaşıdlarının paylaşım və fəaliyyətlərindən təsirlənirlər. Bu təsir müxtəlif formalarda təzahür edir: həm motivasiya və akademik təşviq formasında, həm də özünü müqayisə və psixoloji narahatlıq kimi mənfi nəticələrlə. Həmyaşıdların uğur, fəaliyyət, sosial həyat və nailiyyətlərlə bağlı paylaşmaları tələbələrdə bəzən rəqabət və inkişaf hissini stimullaşdırır. Bu baxımdan, sosial media müsbət rol modeli funksiyasını yerinə yetirə bilər. Lakin bu prosesin digər tərəfi də mövcuddur: paylaşmaların selektiv və idealizə olunmuş xarakteri tələbələrdə özünü qeyri-kafi görmə, sosial təcrid hissi və özünüqiymətləndirmə problemləri yarada bilər.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri

1. Tədqiqatın coğrafi əhatə dairəsi əsasən Azərbaycan ali təhsil müəssisələrini əhatə etdiyindən, digər ölkə və regionların tələbələrinin iştirakı azlıq təşkil etmişdir.
2. Azərbaycan daxilində mövzu üzrə kifayət qədər tədqiqat işi aparılmamışdır və yerli mənbə axtarışında çətinliklər yaşanmışdır.
3. Sorğu tələbələrin subyektiv fikirlərinə əsaslandığı üçün tədqiqatın səmimiyyəti şübhə altına bilər. İştirakçıların sosial mediadan istifadə müddətini və davranışlarını dürüst şəkildə ifadə etməməsi tədqiqatın təhrifinə yol açar bilər.
4. Tədqiqatda yalnız limitli sayda sosial media platformaları (məsələn, Instagram, TikTok, YouTube və s) nəzərə alınmışdır. Digər platformaların təsiri tədqiqat çərçivəsinə daxil edilməmişdir.
5. Tədqiqat əsasən kvantativ metodlara əsaslandığı üçün sosial medianın tələbələrin öyrənmə davranışlarına psixoloji və motivasiya cəhətdən necə təsir göstərdiyi daha dərinlən təhlil olunmamışdır.
6. Sorğuda iştirakçı tələbə sayı 200 nəfərdən ibarət olsa belə, bəzi açıq suallarda ədalətsiz (sual üçün məna ifadə etməyən simvollar) və qeyri-etik cavablardan istifadə olunmuşdur.

Təklif və tövsiyələr

1. Tədqiqatda aparılan sorğunun cavablarına əsasən tələbələr tələbələr sosial mediada Azərbaycan dilində və ya tərcümə olunmuş pdf formatlı kitablar, elmi məqalələr, tədqiqatlar tapmaqda çətinlik çəkirlər. Bunun qarşısını almaq məqsədilə dilimizdə

genişmiqyaslı məqalə dərcinə şərait yaradılmalı, ölkəmizin tələbələrini tədqiqata yönəldəcək addımlar atılmalıdır.

2. Gələcəkdə bu və ya buna bənzər mövzu üzərində işləyən tədqiqatçılar üçün keyfiyyətyönümlü müsahibə və ya müşahidə metodlarından istifadə olunması tövsiyə olunur.
3. Ali təhsil müəssisələri sosial media platformaları ilə əməkdaşlıq edərək təhsilyönümlü kampaniyalar həyata keçirə bilərlər. Bu kampaniyalar vasitəsilə gənclər arasında elmi biliklərin yayılması, tənqidi düşüncə və media savadlılığı təşviq edilə bilər. Ümumiyyətlə, ATM-lərə öz mənafeələrinə uyğun olaraq aktiv formada müxtəlif sosial medialardan istifadə etməyə can atmağı təklif olunur.
4. Şagird və ya tələbələrin kibertəhlükəsizlik qaydalarından məlumatlılığını təmin etmək üçün maarifləndirici reklam çarxları və ya seminarlar təşkil oluna bilər.
5. Sosial medianın təhsilə inteqrasiyasını təmin etmək məqsədilə ölkəmizdə distant və hibrid təhsil anlayışını inkişaf etdirmək ehtiyacı yaranır.
6. Aparılan tədqiqatlara görə sosial mediadan gün ərzində 5 saatdan çox vaxt keçirmək insan psixologiyasına və sağlamlığına zərər verir. Bu səbəbdən tələbələrə gündəlik boş vaxtlarını daha səmərəli keçirməkləri tövsiyə olunur.
7. Sosial mediada yerli təhsilyönümlü səhifələr, elmi kanallar və qrupların yaradılması təklif olunur. Uğurlu müəllimlərin bu sahədə istiqamətləndirici rol oynamaqları tövsiyə olunur.
8. Sorğu zamanı iştirakçıların sosial media istifadə məqsədləri arasında “Dostlarımla ünsiyyəti qurmaq üçün sosial mediadan istifadə edirəm” ifadəsinin yüksək ortalamaya (75%) sahib olduğu müşahidə olunmuşdur. Bu nəticələrə əsaslanaraq qeyd edilə bilər ki, gənclər üçün üzbəüz sosiallaşma imkanlarını artıracaq, onların sosial ünsiyyətini gücləndirəcək təhsil mərkəzləri, klublar, əyləncə məkanları, tədbir, konsert və teatr mərkəzləri kimi yerlərin yaradılması məqsədəuyğun ola bilər.
9. Tələbələrə sosial mediaya dərslə müqayisədə daha az vaxt sərf etməsi üçün rəqəmsal detoks üsulundan istifadə etməkləri tövsiyə olunur. Bu, müəyyən vaxtlarda (məsələn, dərslər vaxtı və ya öyrənmə seanslarında) sosial media və digər rəqəmsal platformalardan uzaq durmaq deməkdir. Dərslərdən əvvəl və ya sonra sosial media istifadəsini mükafat kimi tətbiq etmək detoksun xoşbəxt edən hissəsi olacaqdır.
10. Kibertəhlükəsizliyi təmin etmək məqsədilə müxtəlif tənziqlənmələr həyata keçirilməlidir: Tələbələr şəxsi məlumatlarını (ad, soyad, ünvan, telefon nömrəsi, maliyyə məlumatları) yalnız etibarlı platformalarda və lazımi hallarda paylaşmalıdır. Şifrələrdə böyük və kiçik

hərflər, rəqəmlər və simvolların qarışığından istifadə etmək daha etibarlıdır. Sosial media hesabları üçün iki faktorlu doğrulama aktivləşdirmək, əlavə bir təhlükəsizlik təbəqəsi təmin edir

11. FOMO, çox vaxt başqaları ilə əlaqə qurma arzusu ilə əlaqəlidir. Bu səbəblə, əsl həyatda dostlarınız və ailənizlə zaman keçirməyə üstünlük verin.
12. Hər zaman hər şeydə iştirak etməyin mümkün olmadığını qəbul edin. Hər bir təcrübə bir-birindən fərqlidir və mütləq hər anı qaçıрмаq sizin həyatınızı zənginləşdirmir.
13. İnternetdən effektiv istifadə etməyi, e-poçt yazmağı, fayl paylaşımını, bulud xidmətlərini və digər əsas texnoloji alətləri öyrənmək əhəmiyyətlidir. Bunlar, iş və təhsil həyatında hər bir şəxsin gündəlik istifadə etdiyi alətlərdir.
14. Rəqəmsal mühitdə etik davranışlar, başqalarına hörmət göstərmək və düzgün məlumat paylaşmaq çox vacibdir. Sosial media platformalarında nəyi paylaşdığınızı və kiminlə əlaqə qurduğunuzu diqqətlə seçin.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abdullayeva, S. F. (2019). *Gənclərin sosial şəbəkələrdən istifadə motivasiyası* (Bakı şəhəri gəncləri arasında sorğu əsasında) (Magistr dissertasiyası, Bakı Dövlət Universiteti)
2. Ajjan, H., & Hartshorne, R. (2008). *Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. Internet and Higher Education*, 11(2), 71–80.
3. Aksüt, M., Ateş, S., Balaban, S., & Çelikkanat, A. (2012). *İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları* (Facebook Örneği). Akademik Bilişim'12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 1 - 3 Şubat 2012, Uşak Üniversitesi, 75.
4. Alfarhoud, Y. (2016). *The experience of international students using social media during classes. International Journal of Education*, 8(2), 1-14.
5. Al-Rahmi, W. M., Othman, M. S., & Yusuf, L. M. (2015). *The role of social media for collaborative learning to improve academic performance of students and researchers in Malaysian higher education. International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(4), 177-204.
6. Altunay. (2015). *Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(1), 410-428.
7. Andreassen, C. S., et al. (2012). *Development of a Facebook Addiction Scale.*
8. Arısoy, Ö. (2009). *İnternet bağımlılığı ve tedavisi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1).
9. Aytekin, Ç., & Sütçü, C. S. (2012). *Yeni medya ve ağ nesli: Türkiye örneği. Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 1-13.
10. Balakrishnan, V., & Gan, C. L. (2016). *Students' learning styles and their effects on the use of social media technology for learning. Computers in Human Behavior*, 55, 190-199.
11. Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
12. Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman.
13. Bennett, L. (2018). *Social media pedagogy: Applying an interdisciplinary approach to learning design. E-Learning and Digital Media*, 15(2), 55-66.

14. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: definition, history, and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 210-230.
15. Brady, K. P., Holcomb, L. B., & Smith, B. V. (2010). *The use of alternative social networking sites in higher educational settings: A case study of the e-learning benefits of Ning in education*. Journal of Interactive Online Learning, 9(2), 151-170.
16. Büyüksener, E. (2009). *Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı (Internet Conference in Turkey)*.
17. Cansoy, R. (2018). *Uluslararası Çerçevelere Göre 21.Yüzyıl Becerileri ve Eğitim Sisteminde Kazandırılması*. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi, 7(4), 3112-3134.
18. Chugh, R., & Ruhi, U. (2018). *Social media in higher education: A literature review of Facebook*. Education and Information Technologies, 23(2), 605-616.
19. Cizmeci, E. (2015). *Yeni medya ve serbest zaman*. İletişim Çalışmaları Dergisi, 81, 99.
20. Çemrek, F., Baykuş, H., & Özaydın, Ö. (2015). *Sosyal Medya Kullanım ve Davranışlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği*. Alphanumeric Journal, 2(2), 61-76.
21. Dabbagh, N., & Kitsantas, A. (2012). *Personal learning environments*. The Internet and Higher Education, 15(1), 3-8.
22. Daniels, H. (2001). *Vygotsky and Pedagogy*. Routledge.
23. Deandrea, D. C., Ellison, N. B., LaRose, R., Steinfield, C., & Fiore, A. (2012). *Serious social media*. The Internet and Higher Education, 15(1), 15-23.
24. Dhir, A., Buragga, K., & Boreqqah, A. A. (2013). *Tweeters on campus*. Journal of Universal Computer Science, 19(5), 672-691.
25. Doğan, U., & Karakaş, Y. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının yordayıcısı*. Sakarya University Journal of Education, 6(1), 2-15.
26. Dron, J., & Anderson, T. (2014). *Teaching crowds: Learning and social media*. Athabasca University Press.
27. Duffy, P. (2011). *Engaging the YouTube Google-eyed generation*. The Electronic Journal of e-Learning, 6(2), 119-130.
28. Dunlap, J. C., & Lowenthal, P. R. (2009). *Tweeting the night away*. Journal of Information Systems Education, 20(2), 129-135.
29. Gardner, H. (1983). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. New York: Basic Books.

30. Gee, J. P. (2003). *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy. Computers in the Schools*, 19(3-4), 1-23.
31. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York. Anchor Books.
32. Greenhow, C., Robelia, B., & Hughes, J. E. (2009). *Learning, teaching, and scholarship in a digital age: Web 2.0 and classroom research: What path should we take now?* Educational Researcher, 38(4), 246–259.
33. Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). *Social media and education: Reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. Learning, Media and Technology*, 41(1), 6-30.
34. Güçdemir, Y. (2012). *Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
35. Güngör, N. (2018). *Dijital Çağın İnsanı*. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, 6(13), 143–151.
36. Görmez, E. (2014). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri*. Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Ekim.
37. Hazar, M. (2011). *Sosyal Medya Bağımlılığı – Bir Alan Çalışması*. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 32(1), 151-176.
38. Henderson, M., Auld, G., & Johnson, N. F. (2014). *The ethics of social media in education: Private spheres, public duties, and professional responsibilities*. Australian Journal of Teacher Education, 39(11), 1–16.
39. Işık, M. (2019). *Sosyal Medya Bağımlılığının Sonuçları (Der.)*. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1).
40. Junco, R., Heiberger, G., & Loken, E. (2011). *The effect of Twitter on college student engagement and grades*. Journal of Computer Assisted Learning, 27(2), 119-132.
41. Kabilan, M. K., Ahmad, N., & Abidin, M. J. Z. (2010). *Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education?* Internet and Higher Education, 13(4), 179–187.
42. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons, 53(1), 59-68.
43. Karagülle, E., & Çaycı, B. (2014). *Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma*. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC), 4(1).

44. Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). *A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents.*
45. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media.* Business Horizons, 54(3), 241-251.
46. Kuh, G. D. (2009). *What student affairs professionals need to know about student engagement.* Journal of College Student Development, 50(6), 683-706.
47. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). *Online social networking and addiction—a review of the psychological literature.* International Journal of Environmental Research and Public Health, 8(9), 2-15.
48. Köseoğlu, Ö. (2012). *Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma.* Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 7(2), 3-24.
49. Kuyucu, M. (2016). *Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme.* Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13(49), 55-83.
50. Lampe, C., Wohn, D. Y., Vitak, J., Ellison, N. B., & Wash, R. (2011). *Student use of Facebook for organizing collaborative classroom activities.* International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning, 6(3), 329-347.
51. Li, K. C., & Wong, B. T. M. (2021). *The opportunities and challenges of social media in higher education: A literature review.* SN Computer Science, 2(455), 1-14.
52. Liu, Y. (2010). *Social media tools as a learning resource.* Journal of Educational Technology Development and Exchange, 3(1), 101-114.
53. Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). *Facebook, social integration, and informal learning at university: 'It is more for socializing and talking to friends about work than for actually doing work'.* Learning, Media and Technology, 34(2), 141-155.
54. Manca, S., & Ranieri, M. (2013). *Is it a tool suitable for learning? A critical review of the literature on Facebook as a technology-enhanced learning environment.* Journal of Computer Assisted Learning, 29(6), 487-504.
55. Manca, S., & Ranieri, M. (2016). *Facebook and the others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education.* Computers & Education, 95, 216-230.

56. Mao, J. (2014). *Social media for learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives*. Computers in Human Behavior, 33, 213-223.
57. Məmmədov, A., Quliyev, O. və b. (2023). *Tədqiqat Metodları*. Ali təhsilin magistratura pilləsində “İqtisadiyyat”, “Maliyyə” və “Dünya iqtisadiyyatı” ixtisaslarında təhsil alan tələbələr üçün dərslik. Bakı.
58. Mütəllimli, G. (2024). *XXI əsr bacarıqları və onların şagird nailiyyətlərinə təsiri*. Magistr işi. Xəzər Universiteti, Bakı.
59. McCarthy, J. (2010). *Blended learning environments: Using social networking sites to enhance the first-year experience*. Australasian Journal of Educational Technology, 26(6), 729-740.
60. Metin, O. (2016). *Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(2), 221-267.
61. Moran, M., Seaman, J., & Tinti-Kane, H. (2011). *Teaching, learning, and sharing: How today's higher education faculty use social media*. Pearson Learning Solutions.
62. Munoz, C. L., & Towner, T. L. (2009). *Opening Facebook: How to use Facebook in the college classroom*. In Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference 2009 (pp. 2623-2627).
63. Omar, B., & Dequan, W. (2020). *Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage*.
64. Ormrod, J. E. (2016). *Human Learning* (8th ed.).
65. Papacharissi, Z., & de Fatima Oliveira, M. (2012). *Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on Egypt*.
66. Pedrouzo, S. B., & Krynski, L. (2023). *Hyperconnected: Children and Adolescents on Social Media. The TikTok phenomenon*. Arch Argent Pediatr, 121.
67. Primack, B. A., et al. (2017). *Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S.*
68. Roblyer, M. D., McDaniel, M., Webb, M., Herman, J., & Witty, J. V. (2010). *Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites*. Internet and Higher Education, 13(3), 134–140.
69. Regasa, A., & Ettisa, D. L. (2023). *The Impact of TikTok on Students: A Literature Review*. Qeios, 96.

70. Rijal, S. & Sukmayadi, Y. (2020). *The Use of the TikTok Application as a Music Learning Media for Junior High School Students*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 519, Proceedings of the 3rd International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2020), 104-108.
71. Selwyn, N. (2009). *Faceworking: Exploring students' education-related use of Facebook*. Learning, Media and Technology, 34(2), 157-174.
72. Selwyn, N. (2012). *Education and Technology: Key Issues and Debates*. London: Bloomsbury Publishing.
73. Schunk, D. H., & Meece, J. L. (2006). *Self-Efficacy and Academic Motivation*. Educational Psychologist, 41(2), 73-86.
74. Schunk, D. H. (2012). *Learning Theories: An Educational Perspective* (6th ed.). Pearson.
75. Şentürk, E. (2017). *Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon, Anksiyete Bozukluğu, Karışık Anksiyete ve Depresif Bozukluk Hastaları ile Kontrol Grubu Arasında Karşılaştırılması ve Kullanıcıların Kişilik Özellikleri ile İlişkisinin Araştırılması*.
76. Tess, P. A. (2013). *The role of social media in higher education classes (real and virtual)–A literature review*. Computers in Human Behavior, 29(5), A60-A68.
77. Tufekci, Z. (2014). *Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics*.
78. Ünlü, F. (2018). “Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon”, PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(1): 161-172.
79. Veletsianos, G. (Ed.). (2016). *Emergence and innovation in digital learning: Foundations and applications*. Edmonton: Athabasca University Press.
80. Van der Veer, R., & Valsiner, J. (1991). *Understanding Vygotsky: A Quest for Synthesis*. Blackwell.
81. Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
82. Yıldırım, N & Özmen, B. (2012). *Video paylaşım sitelerinin eğitsel amaçlı kullanımı*. Education Sciences, 7(1), 288-295.
83. Yang, C., & Brown, B. B. (2013). *Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college*. Journal of Youth and Adolescence, 42(3), 403-416.

84. Zaidieh, A. J. Y. (2012). *The use of social networking in education: Challenges and opportunities*. World of Computer Science and Information Technology Journal, 2(1), 18-21.
85. Zhang, L., & Liu, Q. (2019). *Investigating the role of social media in promoting professional learning communities: A case study with Chinese teachers*. Journal of Educational Computing Research, 57(8), 2005-2031.
86. Zheng, B., & Warschauer, M. (2015). *Participation, interaction, and social presence: An exploratory study of collaboration in online peer production environments*. Computers & Education, 88, 72-79.
87. Zelan, Z. (2015). *Dijital Dünya, Sosyal Medya ve Fikri Haklar*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
88. Zuboff, S. (2015). *"Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization."*
89. Whiting, A., & Williams, D. (2013). *"Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach."* Qualitative Market Research: An International Journal, 16(4), 362-369.
90. Wang, Q., Woo, H. L., Quek, C. L., Yang, Y., & Liu, M. (2012). *Using the Facebook group as a learning management system: An exploratory study*. British Journal of Educational Technology, 43(3), 428-438.
91. Wodzicki, K., Schwämmlein, E., & Moskaliuk, J. (2012). *"Actually, I wanted to learn": Study-related knowledge exchange on social networking sites*. The Internet and Higher Education, 15(1), 9-14.
92. Wertsch, J. V. (1991). *Voices of the Mind: A Sociocultural Approach to Mediated Action*. Harvard University Press.

İstifadə olunmuş internet mənbələri:

1. Cyberbullying Research Center – <https://cyberbullying.org/facts>
2. <https://www.britannica.com/technology/bulletin-board-system>
3. <https://www.britannica.com/technology/USENET>
4. <https://www.weforum.org>)
5. <file:///Users/mehreliyev/Downloads/Mənbə:%20https://www.pewresearch.org/internet/2024/12/12/teens-social-media-and-technology-2024>

ƏLAVƏLƏR

Əlavə 1

Xülasə

Müasir dövrdə sosial medianın ali təhsil mühitinə inteqrasiyası tələbələrin öyrənmə dinamikasını dəyişmiş, ünsiyyət, məzmun paylaşımı və akademik əməkdaşlıq üçün yeni imkanlar yaratmışdır. Bu tədqiqat işində sosial medianın ali təhsil müəssisələrinin tələbələrinin öyrənmə təcrübələrinə təsiri həm nəzəri yanaşmalar, həm də empirik tədqiqat əsasında araşdırılır. Tədqiqatın məqsədi tələbələrin sosial media platformalarından akademik məqsədlərlə necə istifadə etdiklərini və bu istifadənin təhsil prosesinə mümkün təsirlərini müəyyənləşdirməkdir. Tədqiqat qarışıq metodologiyaya əsaslanır və həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət məlumat toplama üsullarını əhatə edir. Tətbiq edilən metodoloji çərçivəyə deskriptiv statistika, etibarlılıq analizi (Cronbach's Alpha), T-test, ANOVA və korrelyasiya kimi inferensial statistik üsullar daxildir. Bu çoxsahəli yanaşma tələbələrin rəqəmsal davranışları ilə akademik fəaliyyətləri arasındakı əlaqələrin daha dərinlən anlaşılmasına imkan verir. Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, burada sosial medianın təhsildəki rolu yerli ali təhsil kontekstində, tələbələrin real təcrübələri əsasında sistemli şəkildə araşdırılmışdır. Əldə edilən məlumatlar rəqəmsal savadlılıq, təhsil siyasəti və pedaqoji yanaşmalar baxımından faydalı nəzəri və praktiki nəticələr üçün zəmin yaradır.

Açar sözlər: sosial media, öyrənmə davranışı, ali təhsil, tələbə fəaliyyəti, rəqəmsal savadlılıq, təhsil texnologiyaları

Abstract

In the modern era, the integration of social media into higher education has reshaped the dynamics of student learning by creating new opportunities for communication, content sharing, and academic collaboration. This research examines the influence of social media on the learning experiences of university students through both theoretical analysis and empirical research. The main objective of the study is to explore how students use social media platforms for academic purposes and to assess the potential implications of such use on the educational process. A mixed-methods research design was employed, incorporating both quantitative and qualitative data collection methods. The methodological framework includes descriptive statistics, reliability analysis (Cronbach's Alpha), and inferential statistical techniques such as T-tests, ANOVA, and correlation analysis. This multidimensional approach enables a deeper understanding of the relationship between students' digital behavior and their academic engagement. The scientific novelty of the study lies in its systematic investigation of the role of social media within the context of higher education system, based on students' real-life experiences. The findings provide a theoretical and practical basis for future discussions on digital literacy, educational policy, and pedagogical approaches.

Keywords: social media, learning behavior, higher education, student engagement, digital literacy, educational technologies

Sorğuda istifadə olunan suallar

1. Cinsiniz
2. Yaşınız
3. Təhsil aldığınız təhsil müəssisəsinin adı
4. İxtisasınız
5. Təhsil səviyyəniz
6. Təhsil iliniz
7. Gün ərzində sosial mediadan istifadə müddətiniz

5-li Likert əsaslı suallar:

1. Sosial media öyrənməyə marağımı artırır.
3. Sosial mediaya dərslə müqayisədə daha çox vaxt ayırıram.
4. Sosial media vasitəsilə dərslə bağlı suallarımı cavablandıran mənbələr tapıram.
5. Sosial mediada keçirdiyim vaxt məhsuldardır.
6. Sosial medianın sağlamlıq cəhətdən mənfi təsirlərini görürəm.
7. Sosial media dərslə fokuslanmağıma mane olur.
8. Sosial media məni daha yaradıcı düşünməyə təşviq edir.
9. Sosial mediada öyrədici videolar (Youtube, Instagram, Tiktok) mənə daha rahat öyrənməyə imkan verir.
10. Sosial mediadan istifadə zamanı öz təhlükəsizliyimi təmin edirəm.
11. Sosial mediada yayılan məlumatların doğruluğunu yoxlayıram.
12. Sosial mediada təhsil səhifələrini\ fenomenlərini izləmək faydalıdır.
13. Sosial media özümüifadə və fikrimi paylaşma imkanımı artırır.
14. Sosial mediada həmyaşıdlarımın həyat tərz, uğurları, paylaşımalarını izlədikdə özümü onlarla müqayisə edirəm.
15. Sosial media müəllim və yoldaşlarımla çevik ünsiyyət qurmağa kömək edir.
16. Sosial media təhsil sisteminə uğurla inteqrasiya edilə bilər.

Açıq suallar

- Sosial media vasitəsilə daha çox hansı məzmunlu biliklər əldə edirsiniz?
- Sosial mediada hansı məzmunlu məlumatlar tapmaqda çətinlik çəkirsiniz?
- Yeni biliklər əldə etmək üçün ən çox hansı sosial medialardan istifadə edirsiniz?