

სელფი-ფოტოები და თვით-შეფასება

თამარ სონგულია

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე სოციალური ფსიქოლოგიის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

ფსიქოლოგიის სამაგისტრო პროგრამა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ანა მაცაშვილი, ფსიქოლოგიის დოქტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2019

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს წარმოადგენს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

თამარ სონგულია

24 ივნისი 2019

აბსტრაქტი

ბოლო წლების განმავლობაში სოციალური ქსელები სულ უფრო პოპულარული საკომუნიკაციო საშუალება ხდება. ადამიანები აქტიურად არიან ჩართულნი სხვადასხვა ტიპის ინფორმაციის მიმოცვლაში, მათ შორის საკუთარი ფოტოების გაზიარებაში. ფოტო, განსაკუთრებით კი საკუთარი თავისთვის გადაღებული („სელფი“), ერთგვარი თვით-პრეზენტაციის საშუალებაა და, შესაძლოა, გამოყენებულ იქნას სოციალური შედარების ინსტრუმენტად, რასაც, თავის მხრივ, შეიძლება კავშირი ჰქონდეს თვით-შეფასებასთან. იქიდან გამომდინარე, რომ სელფი-ფოტოები – ვირტუალური კომუნიკაციის, ხოლო თვით-შეფასება ადამიანის განუყოფელი ნაწილია, მიმდინარე კვლევის მთავარ ინტერესს სწორედ სოციალურ ქსელში გაზიარებული სელფი-ფოტოებსა და თვით-შეფასების დონეს შორის კავშირი წარმოადგენს. კვლევით შევეცადე, გამერკვია, არსებობს თუ არა დადებითი კორელაცია სელფი-ფოტოს გაზიარების რაოდენობასა და თვით-შეფასების დონეს შორის და ამ უკანასკნელსა და სელფი-ფოტოების გაზიარების სიხშირეს შორის. კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 20-დან 40-წლამდე 62-მა საქართველოს მოქალაქემ, ვინც აქტიურად იყენებს სოციალურ ქსელ ინსტაგრამს (Instagram). თვით-შეფასების დონის დასადგენად გამოყენებულ იქნა როზენბერგის თვით-შეფასების სკალა, ხოლო სელფი-ფოტოების რაოდენობისა და სიხშირის გამოსათვლელად განხორციელდა 60-დღიანი დაკვირვება კვლევაში მონაწილე ადამიანებზე, სოციალურ ქსელში. შედეგების მიხედვით, თვით-შეფასების დონესა და სელფი-ფოტოების გაზიარების სიხშირესა და რაოდენობას შორის სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი კავშირის არსებობა ვერ დადგინდა.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: თვით-შეფასება, სელფი-ფოტო, სოციალური ქსელი

Abstract

During recent years, social network is becoming more and more popular platform for communication. People are actively involved in exchanging different information, including sharing their own photos. Photo, especially the one taken by oneself (“selfie”) is some kind of self-presentation instrument and could be used for social comparison, which in turn can be related to self-esteem. Given that selfies are integral part of virtual communication, while self-esteem is an integral part of human beings, the present study focuses on a relationship between selfies shared in social network and self-esteem. With this research I tried to clarify whether there was a positive correlation between the number of shared selfies, as well the frequency of sharing them and level of self-esteem. Participants of the research were 62 citizens of Georgia, with their age ranging from 20 to 40 years, who actively uses social network Instagram. Rosenberg self-esteem scale was used to measure the level of self-esteem. To calculate the number of selfies and frequency of their sharing in social network, 60 calendar days observation was conducted on research participants. As the results of the study showed, there was no statistically significant relationship between number and frequency of posting selfies and self-esteem.

Keywords: self-esteem, selfie, social network