

**Գայանե Թովմասյան**  
*Հայաստանի պերական փնտրեսագիտական համալսարանի  
«Ամբերդ» հեռագրական կենտրոնի ավագ հեռագրորոշ,  
ՀՀ պերական կառավարման ակադեմիայի դասախոս,  
փնտրեսագիտության թեկնածու, դոցենտ,  
Էլ. հասցե՝ tovmasyangayane@yahoo.com*

DOI: 10.53614/18294952-2022.1-69

## **ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՑԱՆՑԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀՀ-ՈՒՄ ՄԱՐԴԿԱՆՑ ԿՑԱՆՔԻ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՈՐՈՇՈՒՄՆԵՐԻ ՎՐԱ**

Հայաստանում վերջին տարիներին լայն տարածում է գտել սոցիալական ցանցերի օգտագործումը: 2021 թ. հունվարի դրությամբ ՀՀ-ում 2.02 մլն մարդ օգտվում են համացանցից (բնակչության 68.2 տոկոսը): ՀՀ-ում 1.8 մլն մարդ սոցիալական մեդիայի ակտիվ օգտատերեր են (բնակչության 60.7 տոկոսը): Պարզելու համար, թե ինչ նպատակներով, ինչ հաճախականությամբ են հայաստանցիները օգտագործում սոցիալական ցանցերը, ինչ ազդեցություն են դրանք ունենում մարդկանց կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա, հողվածում իրականացվել է սոցիոլոգիական հարցում՝ համացանցի օգնությամբ: Ըստ հարցման արդյունքների՝ սոցիալական ցանցերն էական դերակատարում ունեն մարդկանց կյանքում: Շատերն օրական մի քանի ժամ անցկացնում են սոցիալական ցանցերում՝ ընկերների հետ շփվելու, տեղեկատվություն ստանալու, ինչպես նաև աշխատանքային և այլ նպատակներով: Օգտատերերի մեծ մասը սոցիալական ցանցերից օգտվում են հեռախոսով, ընդ որում, մեծամասնության կարծիքով, սոցցանցերը միաժամանակ և՛ օգնում, և՛ խանգարում են իրենց: Մասնակիցների կեսն իրենց կախվածությունը սոցիալական ցանցերից համարել է միջին, իսկ 66 %-ը նշել է, որ ցանկության դեպքում կարող է ընդմիջտ դուրս գալ սոցիալական ցանցերից: Սոցիա-

լական ցանցերից հարցման մասնակիցների գոհունակությունը կազմել է ընդամենը 56%, իսկ գուտ խթանման գնահատականը՝ (-42)%: Չնայած սոցիալական ցանցերի առավելություններին՝ դրանք ունեն նաև բազում բացասական կողմեր, ուստի մարդիկ միևնույն ժամանակ ն գոհ են, ն դժգոհ սոցիալական ցանցերից: Հիմնվելով այս տվյալների վրա՝ սոցիալական ցանցերում պետք է հաշվի առնել անվտանգության կանոնները, կառավարել սեփական ժամանակը սոցիալական ցանցերում, և փորձել օգտվել դրանց միայն դրական կողմերից:

**Հիմնաբառեր.** համացանց, սոցիալական ցանց, օգտատեր, հարցում, Զուտ խթանման գնահատական (Net Promoter Score), հաճախորդի գոհունակության գնահատական (Customer Satisfaction Score)

## Ներածություն

«Սոցիալական ցանց» հասկացությունն առաջացել է դեռևս 1954 թ. Զեյնս Բարնսի կողմից, ըստ որի «Սոցիալական ցանցը» սոցիալական կառույց է, որը բաղկացած է սոցիալական օբյեկտների (մարդիկ կամ կազմակերպություններ) մի շարք հանգույցներից և նրանց միջև կապերից (սոցիալական հարաբերություններ):

Համակարգչային տեխնոլոգիան օգտագործող առաջին սոցիալական ցանցը էլեկտրոնային փոստի տեխնոլոգիան էր դեռևս 1971 թ., որն օգտագործվում էր զինվորականների կողմից ARPA Net ցանցում: Այնուհետև, 1988 թվականին, ֆին ուսանող Յարկո Օլկարինենը հայտնագործեց «IRC» տեխնոլոգիան (Internet Relay Chat), որը հնարավորություն տվեց իրական ժամանակում հաղորդակցվել: Նշանավոր իրադարձություն դարձավ համացանցի հայտնագործումը, որը հանրայնացվեց 1991 թ.՝ շտրիփիլ բրիտանացի գիտնական Թիմ Բերներս-Լիի:

1995 թվականին Ռենդի Կոնրադը ստեղծեց Classmates.com-ը՝ ժամանակակից ընկալմամբ առաջին սոցիալական ցանցը: Պարզվեց, որ գաղափարը մեծ պահանջարկ ունի, և այդ տարվանից սկսվում է ինտերնետում սոցիալական ցանցերի արագ զարգացումը: Այսօր այս ցանցը դեռ ամենահայտնիներից մեկն է աշխարհում և ունի ավելի քան 50 միլիոն օգտատեր:

2004 թվականին հայտնվում է Facebook-ը, որը մի քանի տարվա ընթացքում դառնում է աշխարհի ամենահայտնի սոցիալական ցանցը (Все о социальных сетях. Влияние на человека): 2021թ. երկրորդ եռամսյակում Facebook-ի ակտիվ օգտատերերի թիվն ամսական կազմել է 2,895 միլիարդ մարդ (Facebook: number of monthly active users worldwide, 2008–2021):

Հայտնի սոցիալական ցանցերից են՝ Facebook, LinkedIn, Twitter, Groupon, ВКонтакте, Одноклассники, Connect և այլն:

Ընդ որում, հարկ է նշել, որ 2021թ. հունվարի դրությամբ համացանցի ակտիվ օգտատերերի թիվն աշխարհում կազմում է 4.66 մլրդ մարդ, սոցիալական մեդիայի ակտիվ օգտատերերի թիվը՝ 4.2 մլրդ մարդ (Global digital population as of January 2021): Համացանցի ակտիվ օգտատերերի թվով

առաջատար երկիրը Չինաստանն է՝ 854 մլն մարդ, այնուհետև Հնդկաստանը՝ 560 մլն մարդ, ԱՄՆ-ն՝ 313 մլն մարդ, Ինդոնեզիան՝ 171 մլն մարդ, Բրազիլիան՝ 149 մլն մարդ (Countries with the highest number of internet users as of Q1 2021):

Այսօր սոցիալական ցանցերի ազդեցությունը մարդկանց կյանքի վրա բավականին մեծ է: Կազմակերպությունների 80 տոկոսն ամբողջ աշխարհում օգտագործում են սոցիալական ցանցերն իրենց աշխատանքում, մարդկանց 78 տոկոսը հավատում է սոցիալական ցանցերում առկա տեղեկատվությանը: Ստացվում է, որ սոցիալական ցանցերը դարձել են ժամանակակից ինտերնետի էպիկենտրոնը:

Սոցիալական ցանցերը մարդկանց անձնական կյանքի վերաբերյալ տեղեկատվական լայն բազա ունեն՝ կրթություն, աշխատանքի և բնակության վայր, տարիք, նկար, հետաքրքրությունների շրջանակ, և այլն: Ըստ որոշ աղբյուրների՝ հատուկ ծառայությունները տեղեկատվության 70 տոկոսը հավաքում են նման բաց աղբյուրներից: Դրա հետ կապված էլ տեղեկատվական անվտանգության հիմնախնդիրը շատ արդիական է դարձել վերջին տարիներին (Все о социальных сетях. Влияние на человека):

Սոցիալական ցանցերը շատ են օգտագործվում նաև աշխատանքային նպատակներով: Հաշվի առնելով օգտատերերի մեծ բանակը՝ շատ կազմակերպություններ մարքեթինգային և առաջնդման նպատակներով օգտագործում են այս ցանցերը:

Սոցիալական ցանցերի ամենամեծ խնդիրներից մեկը կախվածությունն է, որը վերջին տարիներին դիտվում է որպես հոգեբանական հիվանդություն: Շատերն ամբողջ օրն անցկացնում են սոցիալական ցանցերում՝ ունանք աշխատանքային նպատակներով, ունանք էլ՝ անիմաստ ժամանակ վատնելով: Խնդիրն առավելապես մեծ է երիտասարդների, դպրոցականների շրջանում, որոնք ոչ արդյունավետ կարող են օգտագործել սոցիալական ցանցերում անցկացրած ժամանակը:

Հայաստանում ևս վերջին տարիներին լայն տարածում է գտել սոցիալական ցանցերի օգտագործումը: Եթե տարիներ առաջ հիմնականում օգտագործում էին Одноклассники սոցիալական ցանցը, ապա վերջին տարիներին կտրուկ ավելացել է Facebook-ի հայ օգտատերերի թիվը: Աշխատանքային, մասնագիտական նպատակներով կիրառում են նաև LinkedIn, Research Gate, Academia.edu ցանցերը:

Հաշվի առնելով վերոնշյալը՝ հետազոտության նպատակն է գնահատել սոցիալական ցանցերի դերն ու նշանակությունը ՀՀ-ում մարդկանց կյանքի և որոշումների ընդունման վրա: Նպատակի իրագործմամբ էլ պայմանավորված է հետազոտության մեթոդների ընտրությունը:

## Մեթոդ

Պարզելու համար, թե ինչ նպատակներով, ինչ հաճախականությամբ են հայաստանցիներն օգտագործում սոցիալական ցանցերը, ինչ ազդեցություն են դրանք ունենում մարդկանց կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա,

որպես հետազոտության մեթոդ կիրառվել է սոցիոլոգիական հարցումը: Հարցումն իրականացվել է համացանցի օգնությամբ, 2021 թ. սեպտեմբեր 15-հոկտեմբերի 15-ն ընկած ժամանակահատվածում:

Որպես ընդհանուր համախմբություն վերցվել է ՀՀ-ում սոցիալական մեդիայի ակտիվ օգտատերերի թվաքանակը՝ 1.8 մլն մարդ, ընտրանքը կազմել է 272 մարդ՝ վստահելիության հավանականությունը՝ 90 տոկոս<sup>1</sup>:

Իրականացվել է նաև հարցերի պատասխանների միջև վիճակագրական կախվածության նշանակալիության գնահատումներ՝ օգտագործելով Պիրսոնի Խի քառակուսու (Pearson's Chi-square test) մեթոդը:

Հաշվարկվել է նաև սոցիալական ցանցերից օգտվողների գոհունակության գնահատականը (Customer Satisfaction Score (CSAT)) և զուտ խթանման գնահատականը (Net Promoter Score (NPS)):

### Արդյունքներ

**2021 թ. հունվարի դրությամբ ՀՀ-ում 2.02 մլն մարդ օգտվում է համացանցից, ինչը կազմում է բնակչության 68.2 տոկոսը: ՀՀ-ում 1.8 մլն մարդ սոցիալական մեդիայի ակտիվ օգտատեր է, ինչը կազմում է բնակչության 60.7 տոկոսը: Բջջային կապի օգտատերերի թիվը կազմում է 3.78 միլիոն՝ բնակչության 127.4 տոկոսը, քանի որ շատ մարդիկ օգտվում են մի քանի բջջային օպերատորների ծառայություններից:**

Սոցիալական մեդիայի օգտատերերի 97.5 տոկոսը՝ 1,76 մլն մարդ, օգտվում է հեռախոսային սարքավորումների միջոցով: **Ըստ Facebook-ի՝ հայաստանցիների պորտնեցիալ լսարանը 1.5 մլն է**, այսինքն՝ գովազդը Facebook-ով կարող է հասանելի լինել 1.5 մլն հայի: Միայն հեռախոսներով Facebook-ից օգտվում են հայ օգտատերերի 76.2 տոկոսը, միայն համակարգիչներով՝ 2.5 տոկոսը, հեռախոսներով և համակարգիչներով՝ 21.3 տոկոսը, իսկ ցանկացած տեսակի հեռախոսային սարքավորումներով՝ 97.5 տոկոսը:

**Instagram-ից օգտվողների թվաքանակը ՀՀ-ում 930 հազար մարդ է, Facebook-ի Messenger-ից՝ 1.10 մլն, LinkedIn-ից՝ 230 հազար, Twitter-ից՝ 58 հազար մարդ** (DIGITAL 2021: ARMENIA):

Ինչպես արդեն նշվել է, իրականացվել է հարցում ՀՀ-ում, որին մասնակցել է 272 մարդ: Հարցման մասնակիցների մեջ գերակշռել են իգական սեռի ներկայացուցիչները՝ 70%, ինչպես նաև 19-30 և 31-45 տարեկանները՝ համապատասխանաբար 47 և 39 % (աղյուսակ 1):

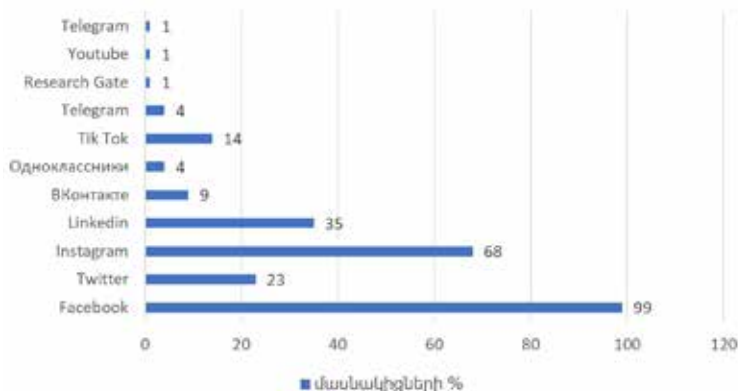
Աղյուսակ 1. Հարցման մասնակիցների որոշ տվյալներ

Ը/Ը	Հարցը	Հարցվողների մասնաբաժինը ընդհանուրի մեջ, տոկոսով
1	<b>Սեռ</b>	
	Արական	30
	Իգական	<b>70</b>

<sup>1</sup> Հաշվարկի համար կիրառվել է հետևյալ կայքը՝ <https://socioline.ru/rv.php>:

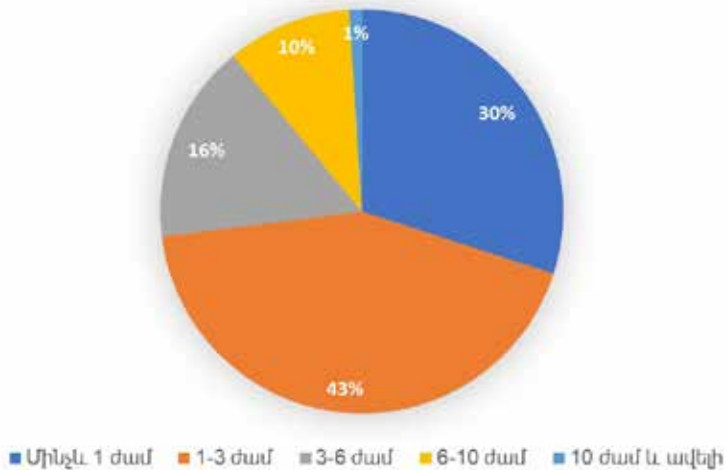
2	<b>Տարիք</b>	
	Մինչև 18 տարեկան	2
	19-30 տարեկան	47
	31-45 տարեկան	39
	46-60 տարեկան	9
61-75 տարեկան	3	
3	<b>Զբաղվածությունը</b>	
	Աշակերտ	2
	Ուսանող	18
	Վարձու աշխատող	56
	Գործատու	12
	Ինքնազբաղված	7
	Թոշակառու	2
Գործազուրկ	3	
4	<b>Գործունեության ոլորտը</b>	
	Արտադրություն	6
	Առևտուր	4
	Կրթություն	53
	Գյուղատնտեսություն	2
	Զբոսաշրջություն	2
	Ֆինանսական հատված	14
	Տրանսպորտ	1
	SS	5
	Պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմիններ	8
այլ	5	

Հարցվողների 99 %-ն օգտվել է Facebook-ից, 68 %-ը՝ Instagram-ից (գծապատկեր 1):



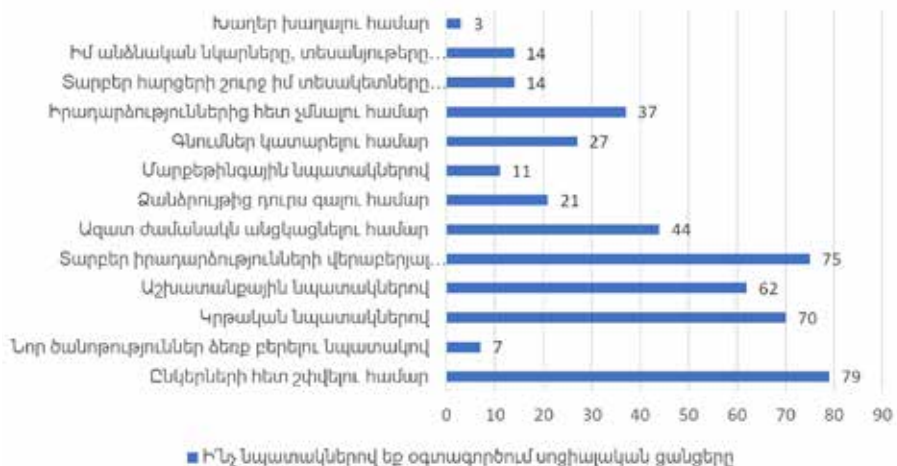
Գծապատկեր 1. Հարցման մասնակիցների կողմից առավել շատ օգտագործվող սոցիալական ցանցերը (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

Հարցվողների 96 %-ը նշել է, որ սոցիալական ցանցերից օգտվում է ամեն օր, իսկ 4%-ը՝ շաբաթը մի քանի անգամ: Մասնակիցների 43%-ը սոցիալական ցանցերից օրական օգտվել է 1-3 ժամ, 30%-ը՝ մինչև 1 ժամ (գծապատկեր 2):



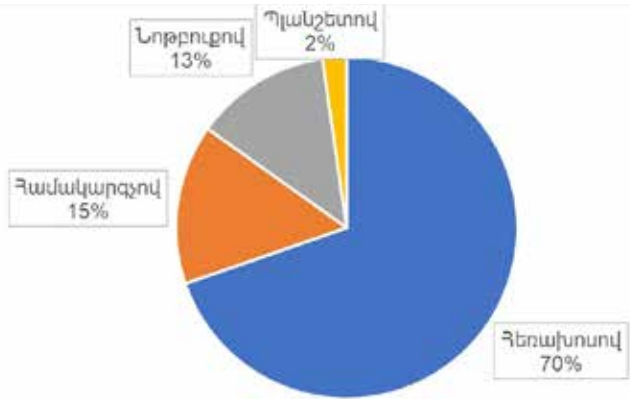
Գծապատկեր 2. Սոցիալական ցանցերից օգտվելու ժամաքանակն օրվա կտրվածքով, %

Սոցիալական ցանցերից հիմնականում օգտվել են ընկերների հետ շփվելու (79%), տարբեր իրադարձությունների վերաբերյալ նորություններ իմանալու (75%), կրթական (70%) նպատակներով (գծապատկեր 3):



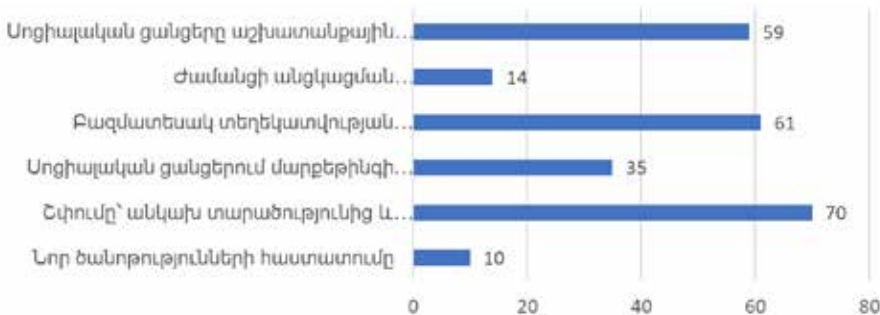
Գծապատկեր 3. Սոցիալական ցանցերից օգտվելու հիմնական նպատակը (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

Սոցիալական ցանցերից առավել շատ օգտվում են հեռախոսով՝ հարցվողների 70%-ը (գծապատկեր 4):

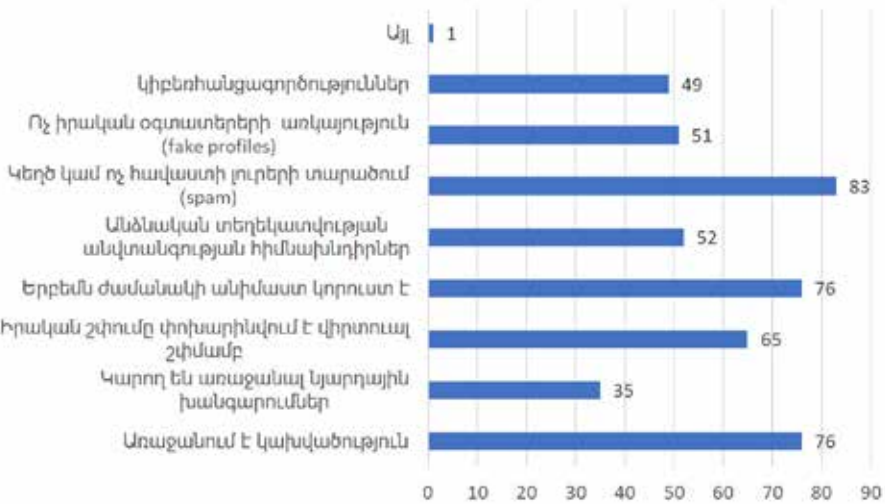


Գծապատկեր 4. Սոցիալական ցանցերից օգտվելու հիմնական գործիքը (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

Հարցվողների մեծամասնության կարծիքով սոցիալական ցանցերի առավելություններից են՝ շփումը՝ անկախ տարածությունից և ժամանակից, բազմատեսակ տեղեկատվության առկայությունը և դրա արագ տարածումը, սոցիալական ցանցերը աշխատանքային գործունեության մեջ կիրառելու հնարավորությունը (գծապատկեր 5), իսկ թերություններից նշել են՝ կեղծ լուրերի տարածումը, ժամանակի անիմաստ կորուստը, կախվածության առաջացումը (գծապատկեր 6):

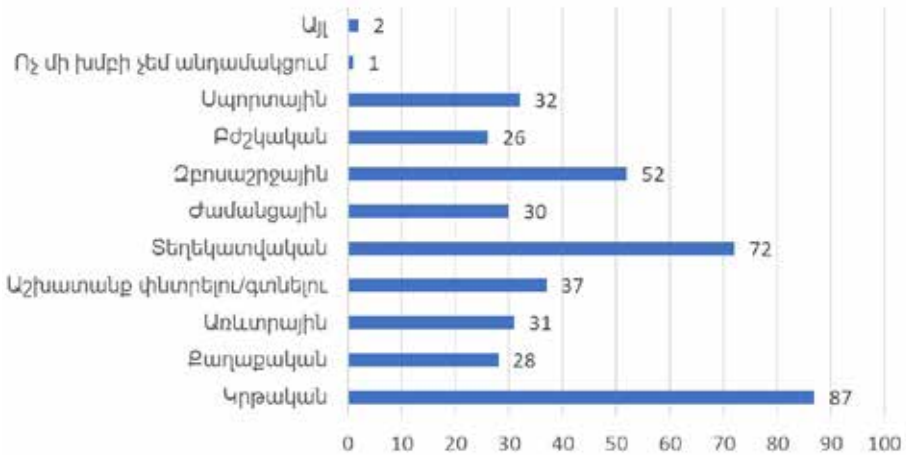


Գծապատկեր 5. Սոցիալական ցանցերի առավելությունները (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %



Գծապատկեր 6. Սոցիալական ցանցերի բացասական կողմերը (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

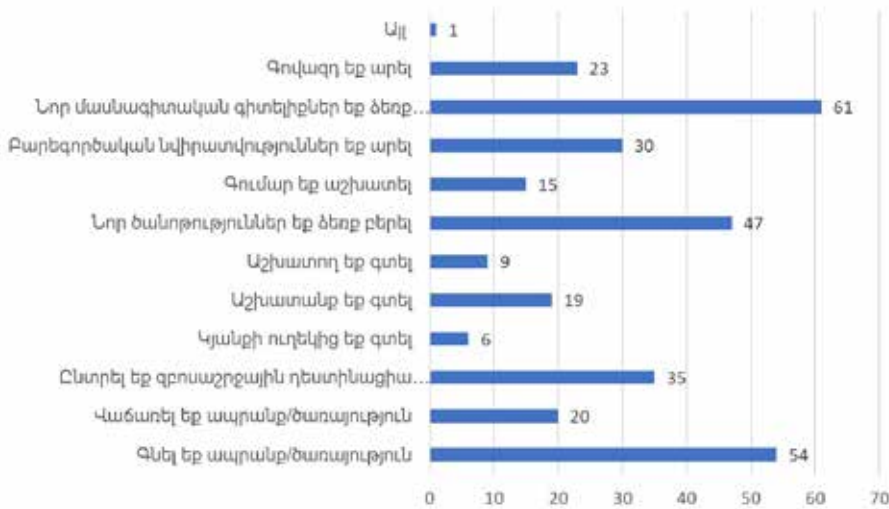
Հարցվողները սոցիալական ցանցերում անդամակցել են տարբեր խմբերի՝ հիմնականում կրթական, տեղեկատվական, զբոսաշրջային, և այլն (գծապատկեր 7):



Գծապատկեր 7. Սոցիալական ցանցերում տարբեր խմբերի անդամակցությունը (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

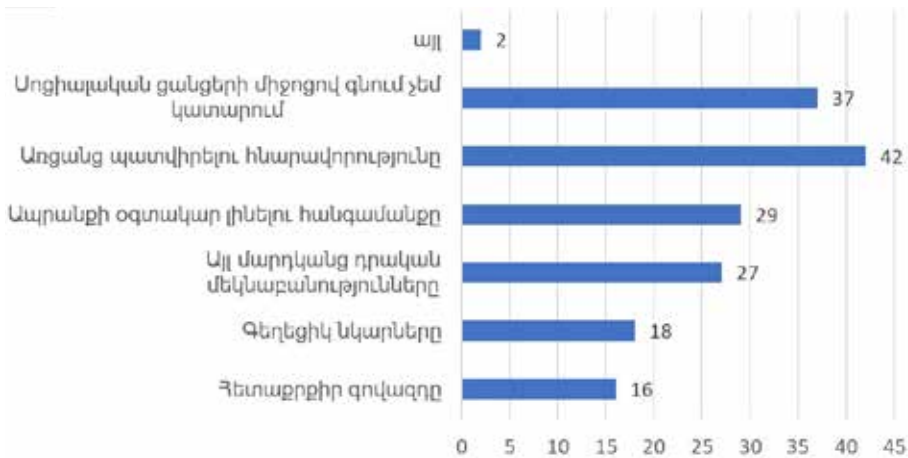
Սոցիալական ցանցերի միջոցով մարդիկ հիմնականում նոր մասնագիտական գիտելիքներ են ձեռք բերել, գնել են ապրանք, նոր ծանոթություններ են ձեռք բերել (գծապատկեր 8):





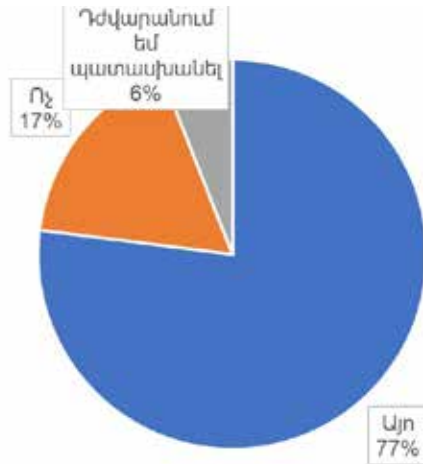
Գծապատկեր 8. Սոցիալական ցանցերի միջոցով մասնակիցների կատարած գործողությունները (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

Սոցիալական ցանցերով գնում կատարելու վրա ազդել են առցանց պատվիրելու հնարավորությունը, ապրանքի օգտակար լինելու հանգամանքը, այլ մարդկանց դրական մեկնաբանությունները (գծապատկեր 9):



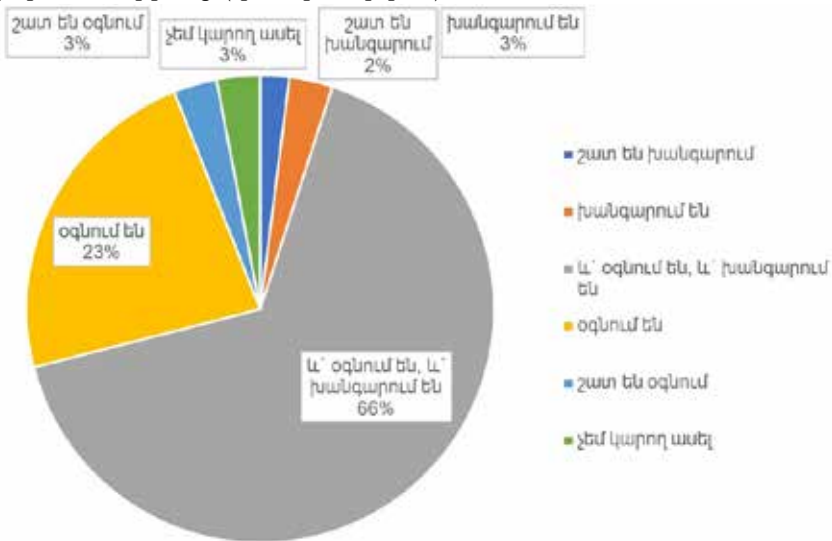
Գծապատկեր 9. Սոցիալական ցանցերի միջոցով գնումներ կատարելու մտովիացիան (հարցվողները կարող էին նշել մեկից ավելի պատասխան), %

Մասնակիցների 77%-ը նշել է, որ կարողանում է կառավարել սեփական ժամանակը սոցիալական ցանցերում (գծապատկեր 10):



Գծապատկեր 10. Սոցիալական ցանցերում ժամանակի կառավարման ունակությունը, %

Մասնակիցների 66%-ի կարծիքով սոցիալական ցանցերը և՛ օգնում, և՛ խանգարում են իրենց (գծապատկեր 11):



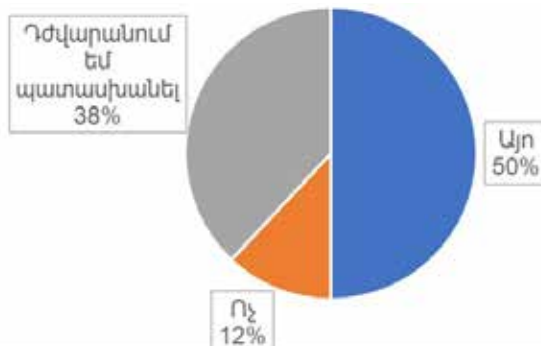
Գծապատկեր 11. Սոցիալական ցանցերը օգտակար կամ վնասակար լինելը

Մասնակիցների գերակշիռ մասը՝ 91%-ը նշել է, որ սոցիալական ցանցերում բռնության չի ենթարկվել, 65%-ը նշել է, որ իր օգտահաշիվը երբևէ կիրբերհարձակման չի ենթարկվել, 56%-ը նշել է, որ երբևէ անհանգստության զգացում չի ունեցել սոցիալական ցանցերից օգտվելիս (աղյուսակ 2):

Աղյուսակ 2. Բռնության և անհանգստության զգացումը սոցիալական ցանցերն օգտագործելիս

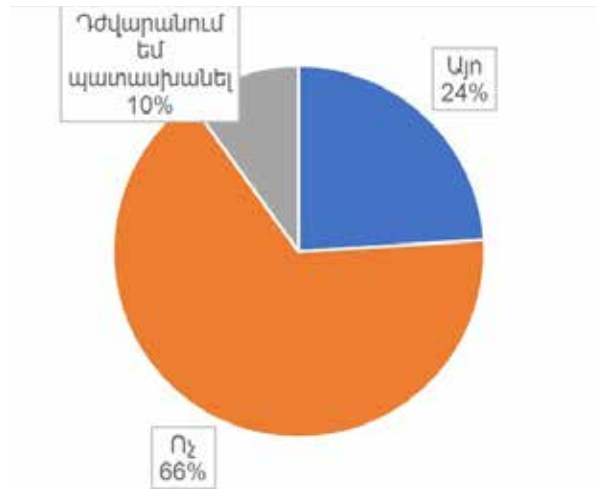
Հարցը	Հարցվողների մասնաբաժինը ընդհանուրի մեջ, տոկոսով
<b>1. Գուք երբևէ բռնության ենթարկվել եք սոցիալական ցանցերում (սպառնալիք, ծաղր, վիրավորանք, հետապնդում և այլն)</b>	
Այո	3
Ոչ	<b>91</b>
Չեմ ցանկանում պատասխանել	6
<b>2. Ձեր սոցիալական օգտահաշիվը երբևէ կիրերհարձակման ենթարկվել է.</b>	
Այո	17
Ոչ	<b>65</b>
Չգիտեմ	17
Չեմ ցանկանում պատասխանել	1
<b>3. Գուք երբևէ անհանգստության զգացում ունեցել եք սոցիալական ցանցերից օգտվելիս</b>	
Այո	36
Ոչ	<b>56</b>
Չեմ ցանկանում պատասխանել	8

Մասնակիցների 50%-ը նշել է, որ սոցիալական ցանցերում տեղադրված գովազդները կամ առկա տեղեկատվությունը ազդել են իր տնտեսական որոշումների ընդունման և սպառողական վարքագծի վրա, 38%-ը դժվարացել է պատասխանել այս հարցին (գծապատկեր 12):



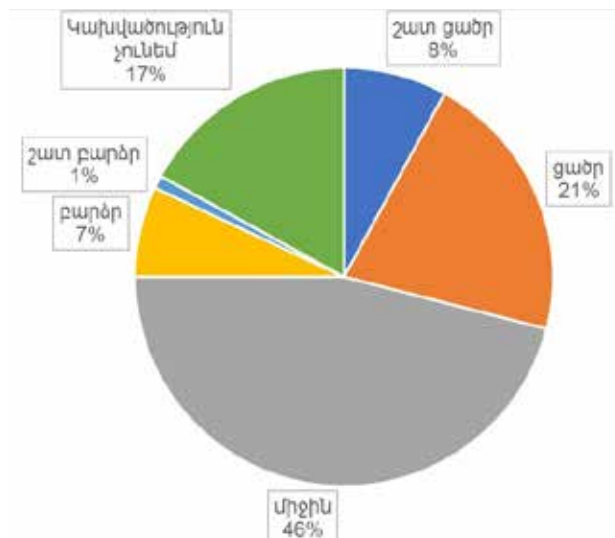
Գծապատկեր 12. Սոցիալական ցանցերում տեղադրված գովազդների կամ առկա տեղեկատվության ազդեցությունը տնտեսական որոշումների ընդունման և սպառողական վարքագծի վրա

Մասնակիցների 42%-ը նշել է, որ սոցիալական ցանցերում առկա տեղեկատվությունը երբևէ չի ազդել իր քաղաքական հայացքների և որոշումների վրա, ևս 42%-ը դժվարացել է պատասխանել այդ հարցին (գծապատկեր 13):



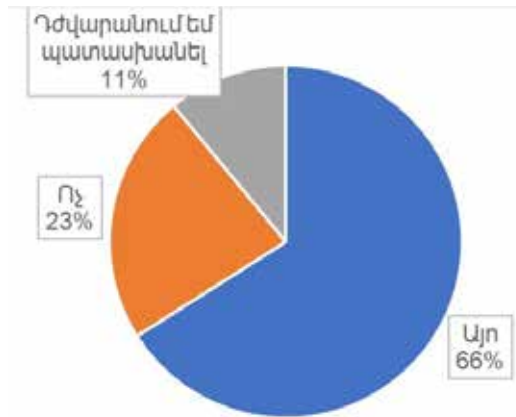
Գծապատկեր 13. Սոցիալական ցանցերում առկա տեղեկատվության ազդեցությունը նարդկանց քաղաքական հայացքների և որոշումների վրա

Սոցիալական ցանցերից կախվածությունը 46%-ի պարագայում եղել է միջին, 7%-ի պարագայում՝ բարձր, 1%-ի պարագայում՝ շատ բարձր (գծապատկեր 14):



Գծապատկեր 14. Սոցիալական ցանցերից ունեցած կախվածության աստիճանը

Մասնակիցների 66%-ը նշել է, որ ցանկության դեպքում կարող է ընդմիշտ դուրս գալ սոցիալական ցանցերից (գծապատկեր 15):



Գծապատկեր 15. Ցանկության դեպքում սոցիալական ցանցերից ընդմիջտ դուրս գալու ունակությունը

Հաշվարկվել է նաև **սոցիալական ցանցերից օգտվողների գոհունակության գնահատականը (Customer Satisfaction Score (CSAT))**՝ մասնակիցներին խնդրելով գնահատել իրենց կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա սոցիալական ցանցերի ունեցած դերակատարությունից իրենց գոհունակությունը 1-10 բալով (1-ը՝ շատ դժգոհ, 10-ը՝ շատ գոհ):

$$\text{Customer Satisfaction Score} = \text{գնահատականների գումար} \times 10 / \text{պատասխանների ընդհանուր թիվ} = 56$$

Ստացված թիվը ցույց է տալիս, որ **սոցիալական ցանցերից մասնակիցների գոհունակությունը կազմել է ընդամենը 56%**:

Հաշվարկվել է նաև **Ջուր խթանման գնահատականը (Net Promoter Score (NPS))**, ինչը հաճախորդների փորձառության գնահատման մեկ այլ գործիք է, հաճախ ընկալվում է որպես հավատարմության ցուցիչ: Հարցը հետևյալն է՝ «Որքանով է հավանական, որ Դուք խորհուրդ կտաք ձեր ընկերներին, ծանոթներին՝ օգտվել սոցիալական ցանցերից (գնահատեք 1-10 բալով, 1-ը՝ ընդհանրապես հավանական չէ, 10-ը՝ շատ հավանական է)»: Պատասխանների միջակայքում 1-6-ը քննադատներն են, 7-8-ը՝ պասիվները, 9-10-ը՝ խթանողները:

$$\text{Ջուր խթանման գնահատական} = (\text{խթանողներ} - \text{Քննադատներ}) \times 100\% / \text{պատասխանների ընդհանուր թիվ} = -42\%$$

Ջուր խթանման գնահատականը կարող է տատանվել (-100)-ից 100-ի սանդղակում, ու եթե արժեքը 0-ից փոքր է, նշանակում է, որ քննադատողներն ավելի շատ են, քան խթանողները: Տվյալ պարագայում խթանողների թիվը կազմել է ընդամենը 30 կամ մասնակիցների 11%-ը, քննադատների թիվը՝ 145 կամ 53 %-ը, մնացած 97-ը կամ 36 %-ը կազմել են պասիվները:

**Քննարկում**

Իրականացվել է նաև հարցերի պատասխանների միջև վիճակագրական կախվածության նշանակալիության գնահատումներ (աղյուսակ 3): Նշանակալիության ստացված ցուցանիշները (պետք է փոքր լինի 0,05-ից) վկայում են, որ նշված գործոնների միջև կա էական կապ:

Աղյուսակ 3. Պիրսոնի Խի քառակուսու (Pearson's Chi-square test) արդյունքները

	Պիրսոնի Խի քառակուսու արժեքը	Նշանակալիությունը
Դուք կարողանո՞ւմ եք կառավարել սոցիալական ցանցերում Ձեր անցկացրած ժամանակը * Ձեր կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա սոցիալական ցանցերի ունեցած դերակատարությունից Ձեր գոհունակության աստիճանը	119.876	0.000
Դուք կարողանո՞ւմ եք կառավարել սոցիալական ցանցերում Ձեր անցկացրած ժամանակը * Որքանո՞վ է հավանական, որ Դուք խորհուրդ կտաք ձեր ընկերներին, ծանոթներին՝ օգտվել սոցիալական ցանցերից	70.192	0.000
Դուք երբևէ անհանգստության զգացում ունեցե՞լ եք սոցիալական ցանցերից օգտվելիս * Ձեր կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա սոցիալական ցանցերի ունեցած դերակատարությունից Ձեր գոհունակության աստիճանը	57.832	0.000
Դուք երբևէ անհանգստության զգացում ունեցե՞լ եք սոցիալական ցանցերից օգտվելիս * Որքանո՞վ է հավանական, որ Դուք խորհուրդ կտաք ձեր ընկերներին, ծանոթներին՝ օգտվել սոցիալական ցանցերից	84.213	0.000
Սոցիալական ցանցերում տեղադրված գովազդները կամ առկա տեղեկատվությունը երբևէ ազդե՞լ են Ձեր՝ տնտեսական որոշումների ընդունման և սպառողական վարքագծի վրա. * Ձեր կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա սոցիալական ցանցերի ունեցած դերակատարությունից Ձեր գոհունակության աստիճանը	47.587	0.000
Սոցիալական ցանցերում տեղադրված գովազդները կամ առկա տեղեկատվությունը երբևէ ազդե՞լ են Ձեր՝ տնտեսական որոշումների ընդունման և սպառողական վարքագծի վրա. * Որքանո՞վ է հավանական, որ Դուք խորհուրդ կտաք ձեր ընկերներին, ծանոթներին՝ օգտվել սոցիալական ցանցերից	86.875	0.000
Սոցիալական ցանցերում առկա տեղեկատվությունը երբևէ ազդե՞լ է Ձեր՝ քաղաքական հայացքների և որոշումների վրա * Ձեր կյանքի, տնտեսական որոշումների վրա սոցիալական ցանցերի ունեցած դերակատարությունից Ձեր գոհունակության աստիճանը	63.722	0.000

Սոցիալական ցանցերում առկա տեղեկատվությունը երբևէ ազդել է Ձեր՝ քաղաքական հայացքների և որոշումների վրա * Որքանով է հավանական, որ Դուք խորհուրդ կտաք ձեր ընկերներին, ծանոթներին՝ օգտվել սոցիալական ցանցերից	59.022	0.000
--	--------	-------

Ըստ արդյունքների՝ նրանք, ովքեր նշել են, թե կարողանում են կառավարել իրենց ժամանակը սոցիալական ցանցերում (210 մասնակից), նրանցից գոհունակությունը 10 բալով ոչ ոք չի գնահատել, 9 բալով գնահատել է միայն 7 մասնակից, 8 բալով՝ 46 մասնակից, 7 բալով՝ 39, 6 բալով՝ 12, 5 բալով՝ 60 մասնակից: Միևնույն ժամանակ նրանցից համապատասխանաբար 19 և 10 հոգի են գնահատել 10 և 9 բալով՝ սոցիալական ցանցերը ուրիշներին խորհուրդ տալու հավանականությունը, իսկ 109 հոգի գնահատել է 1-6 բալով:

Սոցիալական ցանցերում անհանգստության զգացում ունեցողների կողմից ևս գոհունակությունը և խորհուրդ տալու հավանականությունը ցածր է գնահատվել:

Նույն կերպ սոցիալական ցանցերից գոհունակությունը և խորհուրդ տալու հավանականությունը ցածր են գնահատել նրանք, ում տնտեսական և քաղաքական որոշումների վրա սոցիալական ցանցերը ազդեցություն են ունեցել:

### Եզրակացություն

Այսպիսով, ամփոփելով կարելի է ասել, որ սոցիալական ցանցերն էական դերակատարում ունեն մարդկանց կյանքում: Շատերն օրական մի քանի ժամ անցկացնում են սոցիալական ցանցերում՝ ընկերների հետ շփվելու, տեղեկատվություն ստանալու, ինչպես նաև աշխատանքային և այլ նպատակներով: Օգտատերերի մեծ մասը սոցիալական ցանցերից օգտվում են հեռախոսով, ընդ որում, մեծամասնության կարծիքով, սոցիալական ցանցերը միաժամանակ և՛ օգնում, և՛ խանգարում են իրենց: Մասնակիցների կեսն իրենց կախվածությունը սոցիալական ցանցերից համարել է միջին, և դրական է այն, որ 66 %-ը նշել է, որ ցանկության դեպքում կարող է ընդմիշտ դուրս գալ սոցիալական ցանցերից:

Ուշագրավ է այն, որ ընդհանուր առմամբ սոցիալական ցանցերից մասնակիցների գոհունակությունը կազմել է ընդամենը 56%, իսկ զուտ խթանման գնահատականը՝ (-42)%:

Այսպիսով, սոցիալական ցանցերը ազդում են մեր կյանքի, տնտեսական որոշումների, նույնիսկ, որոշ դեպքերում, քաղաքական հայացքների ձևավորման վրա: Չնայած սոցիալական ցանցերի առավելություններին՝ դրանք ունեն նաև բազում բացասական ազդեցություններ, ուստի մարդիկ միևնույն ժամանակ և՛ գոհ են, և՛ դժգոհ սոցիալական ցանցերից:

Սոցիալական ցանցերում պետք է հաշվի առնել անվտանգության կանոնները, անձնական տեղեկատվություն չտրամադրել այլոց, կասկածելի հղումների վրա չսեղմել, կառավարել սեփական ժամանակը սոցիալական ցան-

ցերում, և փորձել օգտվել սոցիալական ցանցերի միայն դրական կողմերից:

### **Օգտագործված գրականություն**

*Все о социальных сетях. Влияние на человека*, <https://seclgroup.ru/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-na-cheloveka.html>

*Расчет размера выборки*, <https://socioline.ru/rv.php>

*Countries with the highest number of internet users as of Q1 2021*, <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>

*DIGITAL 2021: ARMENIA*, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-armenia>

*Facebook: number of monthly active users worldwide 2008-2021*, <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

*Global digital population as of January 2021*, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>

### **References**

*Vse o sotsial'nykh setyakh. Vliyanie na cheloveka*, <https://seclgroup.ru/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-na-cheloveka.html> (in Rus.)

*Raschet razmera vyborki*, <https://socioline.ru/rv.php> (in Rus.)

*Countries with the highest number of internet users as of Q1 2021*, <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>

*DIGITAL 2021: ARMENIA*, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-armenia> (in Eng.)

*Facebook: number of monthly active users worldwide 2008-2021*, (in Eng.)  
<https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

*Global digital population as of January 2021*, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (in Eng.)



**Гаяне Товмасыан**

*Старший исследователь исследовательского центра “АМБЕРД”  
Армянского государственного экономического университета,  
преподаватель Академии государственного управления РА,  
кандидат экономических наук, доцент  
Эл. адрес: tovmasyangayane@yahoo.com*

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА НАШУ ЖИЗНЬ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ**

В последние годы в Армении широкое распространение получило использование социальных сетей. В 2021 г. в Республике Армения интернетом пользуются 2.02 миллиона человек (68.2% населения). В Армении 1.8 миллионов человек являются активными пользователями социальных сетей (60.7% населения). Чтобы выяснить, для каких целей, как часто армяне используют социальные сети, какое влияние они оказывают на жизнь людей и на экономические решения, в статье был проведен социологический опрос с помощью Интернета. Согласно результатам опроса, социальные сети играют значительную роль в жизни людей. Многие люди проводят несколько часов в день в социальных сетях для общения с друзьями, получения информации, а также для работы или для других целей. Большинство пользователей пользуются социальными сетями по телефону, и, по мнению большинства, социальные сети одновременно помогают и мешают им. Половина участников считают свою зависимость от социальных сетей средней, а 66% отметили, что при желании могут покинуть социальные сети навсегда. Согласно результатам опроса, удовлетворенность участников социальными сетями составила всего 56%, а рейтинг чистого продвижения составил (-42)%. Несмотря на преимущества социальных сетей, у них много недостатков, поэтому люди одновременно «довольны» и «недовольны» социальными сетями. Основываясь на этих данных, автор считает, что в социальных сетях необходимо учитывать правила безопасности, уметь управлять своим временем, а также стараться использовать только положительные стороны соцсетей.

**Ключевые слова.** интернет, социальная сеть, пользователь, опрос, чистый рейтинг продвижения, оценка удовлетворенности клиентов

**Gayane Tovmasyan**

*Senior Researcher at “AMBERD” Research Center of the  
Armenian State University of Economics,  
Lecturer at Public Administration Academy of the RA,  
Ph.D. in Economics, Associate Professor  
Email: tovmasyangayane@yahoo.com*

## **THE IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON THE LIFE OF RA CITIZENS AND ECONOMIC DECISIONS**

In recent years, the use of social networks has become widespread in Armenia. In 2021, 2.02 million people use the Internet in the Republic of Armenia (68.2% of the population). In Armenia, 1.8 million people are active users of social networks (60.7% of the population). To find out for what purposes, how often Armenians use social networks, what impact they have on people's lives and economic decisions, a sociological survey was conducted using the Internet in the article. According to the survey results, social networks play a significant role in people's lives. Many people spend several hours a day on social media to chat with friends, get information, or for work or other purposes. Most users use social media over the phone and, according to the majority, social media both helps and bothers them. Half of the participants considered their dependence on social networks average, and 66% noted that if they wanted to, they could delete their accounts from social networks forever. According to the survey results, the Customer Satisfaction Score of participants with social networks was only 56%, and the Net Promoter Score was (-42)%. Despite the advantages of social networks, they have many disadvantages, so people are both “happy” and “unhappy” with social networks. To conclude, one should take into account the safety rules on social networks, work on time management in terms of time spent on social networks, and try to use only the positive aspects of them.

**Keywords.** Internet, social network, user, survey, Net Promoter Score, Customer Satisfaction Score

Հոդվածը խմբագրություն է ներկայացվել 2022թ. հունվարի 4-ին:

Հոդվածը հանձնվել է գրախոսման 2022թ. հունվարի 18-ին:

Հոդվածն ընդունվել է տպագրության 2022թ. մարտի 20-ին: