

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი

ლუკა გოგმაჩაძე და ავთანდილ ვერულიძე

სოციალური მედიის როლის გაგება პოლიტიკური დისკურსის  
ჩამოყალიბებაში

ნაშრომი შესრულებულია სოციოლოგიის ბაკალავრის ხარისხის  
მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ამირან ბერძენიშვილი,  
ფილოსოფიის დოქტორი, თსუ პროფესორი

თბილისი, 2023 წელი

ანოტაცია

წინამდებარე ნაშრომი შედგება თეორიული და ემპირიული ნაწილებისგან. თეორიული ნაწილი ეხება სხვადასხვა ასპექტებს, რომლებიც დაკავშირებულია სოციალური მედიის როლთან პოლიტიკურ დისკურსში. წარმოდგენილია პოლიტიკური დისკურსის განმარტებანი, რომელიც აყალიბებს საფუძველს შემდგომი დისკუსიების გასაგებად. შემდგომ კი განხილულია სხვადასხვა სოციალური მედიის პლატფორმები და მათი მახასიათებლების. გარდა ამისა, შესწავლილია სოციალური მედიისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის ურთიერთობა, სადაც ხაზგასმულია სოციალური მედიის გავლენა პოლიტიკური მესიჯების გავრცელებაზე, საზოგადოების ჩართულობასა და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე. თეორიულ ნაწილში ასევე გამოკვლეულია ის თუ როგორ მოქმედებს სოციალური მედიის პლატფორმები პოლიტიკური დისკურსის დინამიკაზე, მათ შორის ინფორმაციის გავრცელებაზე, მოქალაქეთა მონაწილეობასა და საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციაზე. საერთო ჯამში, თეორიული ნაწილი იძლევა ყოვლისმომცველ მიმოხილვას სოციალურ მედიასა და პოლიტიკურ დისკურსს შორის ურთიერთობის შესახებ, იკვლევს მის კონცეპტუალურ, თეორიულ საფუძვლებს და პრაქტიკულ შედეგებს. ის ხელს უწყობს სფეროში არსებული ცოდნის ფორმირებასა და საფუძველს უქმნის ამ სფეროში შემდგომ კვლევებს.

წინამდებარე ნაშრომის ემპირიული ნაკილი კი, მიზნად ისახავს გამოიკვლიოს სოციალური მედიის როლი საქართველოში პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში, საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებასა და დემოკრატიული ჩართულობის საქმეში. ძირითადი ამოცანები მოიცავს პოლიტიკური დისკურსის ნიმუშების შესწავლას, საზოგადოებრივ აზრზე სოციალური მედიის გავლენის შეფასებას და ჰიპოთეზის გამოკვლევას, რომ სოციალურ მედიაში პოლიტიკური შინაარსის გაზრდილი ზემოქმედება იწვევს მოქალაქეების პოლიტიზებას.

კვლევის მეთოდოლოგია იყენებს შერეულ: თვისებრივ და რაოდენობრივ კვლევის მეთოდებს. აგროვებს მონაცემებს სოციალური მედიის გამოყენების, პოლიტიკური ჩართულობისა და პოლიტიკური დისკურსისადმი დამოკიდებულების შესახებ. კვლევის ფარგლებში ჩატარდა ფეისბუქზე პოლიტიკური პოსტების სისტემატური შინაარსის ანალიზი და აღნიშნულზე საზოგადოების დამოკიდებულება თუ რეაქციები, იგი მოიცავს როგორც მმართველი, ისე ოპოზიციური პარტიების

პოლიტიკოსების მიერ გაზიარებულ შეხედულებებს. გარდა ამისა ჩატარებულ იქნა კვლევა მოსახლეობაზე, რითაც შესაძლებელი გახდა საზოგადოების დამოკიდებულების გაგება სოციალური მედიის როლის პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში.

საერთო ჯამში, ნაშრომის მიზანია ხელი შეუწყოს იმის გაგებას, თუ როგორ მოქმედებს სოციალური მედია პოლიტიკურ დისკურსზე საქართველოში და უზრუნველყოფს ღირებულ შეხედულებებს პოლიტიკის შემქმნელებისთვის, პოლიტიკური აქტორებისა და მკვლევარებისთვის სოციალური მედიის გამოწვევებთან და შესაძლებლობებთან დაკავშირებით დემოკრატიული მმართველობის კონტექსტში.

## სარჩევი

შესავალი.....	4
1. თეორიული ნაწილი .....	9

1.1. პოლიტიკური დისკურსის განმარტება და კონცეპტუალიზაცია .....	9
1.2. სოციალური მედიის პლატფორმების მიმოხილვა და მათი მახასიათებლები	12
1.3. სოციალურ მედიასა და პოლიტიკურ კომუნიკაციას შორის არსებული ურთიერთობა.....	14
1.4. სოციალურ მედიასთან და პოლიტიკურ კომუნიკაციასთან დაკავშირებული ძირითადი თეორიები და მოდელები.....	17
1.5. სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური დისკურსის ფორმირებაში .....	19
1.6. სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ კამპანებში .....	21
1.7. სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ დისკურსში - მომავლის ტენდენციები .....	23
2. ემპირიული ნაწილი .....	25
დასკვნა.....	36
გამოყენებული ლიტერატურა:.....	38

## შესავალი

საკითხის დასმა და თემის აქტუალობა: სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში ბოლო წლების განმავლობაში აქტუალური და რთული საკითხი გახდა. სოციალური მედიის პლატფორმების ზრდასთან ერთად, მნიშვნელოვანი ტრანსფორმაცია მოხდა იმაში, თუ როგორ

მონაწილეობენ ადამიანები პოლიტიკურ დისკუსიებში, აზიარებენ ინფორმაციას და აყალიბებენ თავიანთ პოლიტიკურ შეხედულებებს. სოციალური მედიის როლის გაგება პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში გადამწყვეტია რამდენიმე მიზეზის გამო:

- გავლენა საზოგადოებრივ აზრზე: სოციალური მედიის პლატფორმები არსებით გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე. ისინი უზრუნველყოფენ სივრცეს, სადაც ინდივიდებს შეუძლიათ გამოხატონ თავიანთი პოლიტიკური შეხედულებები, გაუზიარონ ინფორმაცია და ჩაერთონ დისკუსიებში. სოციალური მედიის ფართო გამოყენება აძლიერებს პოლიტიკური კონტენტის მისაწვდომობას და ზეგავლენას მოახდენს მოსახლეობის დიდი ნაწილის რწმენასა და დამოკიდებულებებზე.
- პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელება: სოციალურმა მედიამ მოახდინა რევოლუცია პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელების გზაზე. ახალი ამბების სტატიები, ბლოგის პოსტები, ვიდეოები და მოსაზრებები ადვილად შეიძლება გავრცელდეს მომხმარებლებს შორის. ეს ასევე წარმოადგენს როგორც სხვადასხვა თვალსაზრისზე წვდომის შესაძლებლობას, ასევე დეზინფორმაციის გავრცელებასთან დაკავშირებულ გამოწვევებს.
- პოლარიზაცია და ფრაგმენტაცია: სოციალური მედიის როლმა პოლიტიკურ დისკურსში შეიძლება ხელი შეუწყოს საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციასა და ფრაგმენტაციას. ააღნიშნული კი მნიშვნელოვნად აფერხებს კონსტრუქციული დიალოგისა და კომპრომისების შესაძლებლობებს.

საქართველოს პოლიტიკურ ლანდშაფტზე სოციალური მედიის სწრაფი ზრდისა და გავლენის გათვალისწინებით, გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს იმის გამოძიებას, თუ როგორ აყალიბებს ეს პლატფორმები პოლიტიკურ დისკურსს, შეფასდეს გავლენა დემოკრატიულ პროცესებზე და გამოვლინდეს პოტენციური სტრატეგიები ციფრულ სფეროში პოლიტიკური დისკუსიების ხარისხის გასაუმჯობესებლად.

შესაბამისად, ნაშრომის მიზანია გამოიკვლიოს და გაიგოს სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში. ხოლო, კვლევის მიზანია გამოიკვლიოს, თუ როგორ მოქმედებს სოციალური მედიის პლატფორმები

პოლიტიკურ დისკუსიებზე, საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებასა და ქვეყანაში დემოკრატიულ ჩართულობაზე.

დასახული მიზნის შესაბამისად, დასმულია შემდეგი ძირითადი ამოცანები:

1. სოციალურ მედიაში პოლიტიკური დისკურსის ნიმუშების შესწავლას;
2. გამოკვლევულ იქნას სოციალური მედიის გავლენა საზოგადოებრივ აზრზე;
3. შეფასებულ იქნას სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ მობილიზაციაში;
4. გაანალიზებულ იქნას დემოკრატიულ პროცესებზე სოციალური მედიისა და პოლიტიკური დისკურსის ზეგავლენა;

მთლიანობაში, ნაშრომისა და კვლევის მიზანია ხელი შეუწყოს იმის გაგებას, თუ როგორ აყალიბებს სოციალური მედია პოლიტიკურ დისკურსს საქართველოში და დემოკრატიული მმართველობის კონტექსტში მიაწოდოს ღირებული შეხედულებები პოლიტიკის შემქმნელებს, პოლიტიკურ აქტორებს და მკვლევარებს სოციალურ მედიასთან დაკავშირებული გამოწვევებისა და შესაძლებლობების შესახებ.

საკვლევი ამოცანების შესაბამისად შემუშავებულია შემდეგი ჰიპოთეზა:

H1: სოციალური მედიის პლატფორმებზე პოლიტიკური შინაარსის მქონე პოსტების გაზრდილი ზემოქმედება იწვევს საქართველოს მოქალაქეების პოლიტიზირებულობას.

## კვლევის მეთოდური ნაწილი

ეს კვლევა მიზნად ისახავს გამოიკვლიოს სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში საქართველოს კონტექსტში. ამ კვლევაში გამოყენებული მეთოდოლოგიური მიდგომა საშუალებას გვაძლევს გავცნოთ სოციალური მედიის გამოყენების შაბლონებს, პოლიტიკური დისკურსის შინაარსს და სოციალური მედიის გავლენას პოლიტიკურ დამოკიდებულებასა და ქცევაზე. კვლევისთვის გამოყენებულ იქნა შერეული მეთოდის მიდგომა, რომელიც აერთიანებს როგორც თვისებრივ, ასევე რაოდენობრივ კვლევის მეთოდებს. ეს მიდგომები საშუალებას გვაძლევს სრულყოფილად იქნას გააზრებული სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური

დისკურსის ჩამოყალიბებაში, როგორც შინაარსის, ასევე ინდივიდების დამოკიდებულებებსა და ქცევებზე გავლენის აღწერის გზით.

მოხდა მოსახლეობის გამოკითხვა მათი სოციალური მედიის გამოყენების შაბლონების, პოლიტიკური ჩართულობისა და პოლიტიკური დისკურსისადმი დამოკიდებულების დასადგენად. გამოკითხვა ასევე მოხდა ონლაინ პლატფორმების გამოყენებით, ხოლო კითხვარის შედგენა ონლაინ Google Forms-ის მეშვეობით იქნა შესაძლებელი.

სოციალურ მედიაში პოლიტიკური დისკურსის შინაარსის შესასწავლად ჩატარდება სისტემატური კონტენტ ანალიზი. სოციალურ მედიაში პოლიტიკურ თემებთან დაკავშირებული პოსტების ნიმუშების შეგროვება კი საქართველოში ყველაზე პოპულარული პლატფორმიდან, ფეისბუქიდან მოხდა. ანალიზი მოიცავს შინაარსის კატეგორიზაციას, რათა განისაზღვროს პოლიტიკური დისკურსის შაბლონები და ტენდენციები სოციალურ მედიაში.

კვლევისთვის შერჩეულ იქნა სპეციალური პერიოდი, კერძოდ იგი 17 მაისიდან 31 მაისის ჩათვლით ჩატარდა. ხოლო, სამიზნე ჯგუფად შეირჩა როგორც მმართველი, ასევე ოპოზიციური პარტიის წარმომადგენელი პოლიტიკოსი და მათი პოსტები. რაოდენობრივი კვლევისთვის კი შემთხვევით შერჩევის საფუძველზე გამოიკითხე საქართველოს მოსახლეობის ნაწილი, კერძოდ 100 ადამიანი.

რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევების დასკვნები ინტეგრირებული იქნება საქართველოში პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში სოციალური მედიის როლის ყოვლისმომცველი გაგების უზრუნველსაყოფად. სხვადასხვა წყაროდან მიღებული მონაცემების ტრიანგულაცია ხელს შეუწყობს კვლევის შედეგების დადასტურებას და გაძლიერებას, რაც საშუალებას მისცემს მის უფრო მყარ ინტერპრეტაციას.

აღსანიშნავია, რომ ეთიკური მიდგომები გათვალისწინებული იქნება მთელი კვლევის პროცესში. მონაწილეთაგან მიიღება ინფორმირებული თანხმობა, რაც უზრუნველყოფს მათ ანონიმურობას და კონფიდენციალურობას. მონაცემები უსაფრთხოდ იქნება შენახული და გამოყენებული მხოლოდ კვლევის მიზნებისთვის.

ნაშრომის მეცნიერული მნიშვნელობა: ამ ნაშრომის მეცნიერული მნიშვნელობა მდგომარეობს იმაში, რომ ხელი შეუწყო აკადემიურ ცოდნას, პრაქტიკული ინტერვენციების ინფორმირებას, საზოგადოების გამოწვევების გამოვლენას, კვლევის მეთოდოლოგიების წინსვლას და შედარებითი ანალიზის ხელშეწყობას. საქართველოში პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში სოციალური მედიის როლის შესწავლით, ამ კვლევას აქვს პოტენციური გააღრმავოს ჩვენი გაგება ციფრული პლატფორმების, პოლიტიკურ კომუნიკაციასა და დემოკრატიულ პროცესებს შორის ურთიერთქმედების შესახებ.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა: ამ ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა მდგომარეობს მის პოტენციალში პოლიტიკის შემუშავების, პოლიტიკური კამპანიების, დემოკრატიული ჩართულობის ინიციატივების, დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლის მცდელობებში, და პლატფორმის დიზაინისა და ზომიერების პრაქტიკის შესახებ ინფორმირებაში. საქართველოში პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებაში სოციალური მედიის როლის გააზრებით, ამ კვლევას შეუძლია ხელი შეუწყო პრაქტიკულ ინტერვენციებს, რომლებიც ხელს უწყობენ პასუხისმგებელ ციფრულ მოქალაქეობას, ინფორმირებული პოლიტიკის შემუშავებას და უფრო ენერგიულ და ინკლუზიურ დემოკრატიულ დისკურსს.

კვლევის შეზღუდვები: ამ კვლევის შეზღუდვები მოიცავს:

- შერჩევის მიკერძოება: შერჩევის წარმომადგენლობამ შეიძლება შეზღუდოს დასკვნების განზოგადება;
- თვითშეტყობინებების მიკერძოება: თვითმოსხენებულ მონაცემებზე დაყრდნობა წარმოშობს მიკერძოებული ან არაზუსტი პასუხების პოტენციალს;
- მიზეზობრიობა და მიმართულება: სოციალური მედიის გამოყენებასა და პოლიტიკურ დისკურსს შორის მიზეზობრივი კავშირის დადგენა რთულია სხვა ფაქტორების გავლენისა და მიზეზობრიობის მიმართულების განსაზღვრის სირთულის გამო;



- კონტექსტური გაგების ნაკლებობა: კვლევამ შესაძლოა სრულად ვერ ასახოს საქართველოს პოლიტიკური ლანდშაფტის სირთულე და სხვა კონტექსტუალური ფაქტორები, რომლებიც აყალიბებენ პოლიტიკურ დისკურსს.
- დროის შეზღუდვები: კვლევის ვადებმა შეიძლება შეზღუდოს სოციალური მედიის დინამიკაში გრძელვადიანი ეფექტებისა და ცვლილებების აღბეჭდვის შესაძლებლობა.
- შეზღუდული მეთოდოლოგია: გამოკითხვის მონაცემებზე ერთპიროვნულად დაყრდნობამ შესაძლოა უგულებელყოს სოციალური მედიის გამოყენებისა და პოლიტიკური დისკურსის ნიუანსური ასპექტები, რაც მიუთითებს დამატებითი ხარისხობრივი მეთოდების ან მონაცემთა ალტერნატიული წყაროების საჭიროებაზე.

## 1. თეორიული ნაწილი

### 1.1. პოლიტიკური დისკურსის განმარტება და კონცეპტუალიზაცია

პოლიტიკური დისკურსი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც ვერბალური და წერილობითი კომუნიკაცია, რომელიც ხდება პოლიტიკურ დომენში, რომელშიც

მონაწილეობენ პოლიტიკოსები, მედია საშუალებები, ინტერესთა ჯგუფები და მოქალაქეები. იგი მოიცავს პოლიტიკურ საკითხებთან დაკავშირებულ იდეების, ღირებულებებისა და ძალაუფლების ურთიერთობების გამოხატვას, მოლაპარაკებას და დაპირისპირებას. ენისა და სიმბოლოების გამოყენებით პოლიტიკური დისკურსი აყალიბებს საზოგადოებრივ აზრს, გავლენას ახდენს გადაწყვეტილების მიღების პროცესებზე და ასახავს საზოგადოების სოციალურ-პოლიტიკურ დინამიკას.

პოლიტიკური დისკურსი არსებითად დაკავშირებულია ძალაუფლების დინამიკასთან. იგი გულისხმობს მეტყველების, რიტორიკისა და ორატორული უნარების, სტრატეგიულად გამოყენებას საზოგადოებრივი აზრის დარწმუნების, მობილიზებისა და ჩამოყალიბების მიზნით. აღნიშნულიდან გამომდინარე პოლიტიკოსები და საზოგადო მოღვაწეები ხშირად იყენებენ ანალოგიებს, მეტაფორებს, ემოციურ მიმართვებს, რათა თავიანთი არგუმენტები და მოწოდებები სოციუმისთვის უფრო დამაჯერებელი გახადონ. ნარატივის კონტროლისა და დღის წესრიგის განსაზღვრის უნარი გადამწყვეტ როლს თამაშობს საზოგადოებრივი აზრისა და პოლიტიკის შედეგების ფორმირებაში (Fairclough, 2013). პოლიტიკური დისკურსი წარმოადგენს საზოგადოებაში არსებული იდეოლოგიებისა და ღირებულებების მრავალფეროვნებას. ის უზრუნველყოფს ერთგვარ პლატფორმას სოციალურ, ეკონომიკურ და მმართველობით საკითხებზე განსხვავებული პერსპექტივების გამოხატვისა და დებატებისთვის (Chilton & Schäffner, 2017).

პოლიტიკური დისკურსი ყალიბდება სხვადასხვა იდეოლოგიური პერსპექტივებით, რაც ასახავს პოლიტიკური შეხედულებებისა და ღირებულებების მრავალფეროვნებას. ამ პერსპექტივაზე შეიძლება გავლენა იქონიოს ისეთმა ფაქტორებმა, როგორცაა პოლიტიკური პარტიული კუთვნილება, სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა, კულტურული ფონი და პირადი გამოცდილება. პოლიტიკური დისკურსი მოქმედებს გარკვეული ნორმებისა და ჩართულობის წესების ფარგლებში, როგორცაა საპირისპირო შეხედულებების პატივისცემა, ეთიკური სტანდარტების დაცვა და თავაზიანობის შენარჩუნება. ეს ნორმები ხელს უწყობს დემოკრატიული განხილვის ფუნქციონირებას და საერთო საფუძველის ძიებას. ის ვითარდება საზოგადოების ცვლილებების, ტექნოლოგიური წინსვლისა და პოლიტიკური მოვლენების საპასუხოდ. გამოყენებული ენა, საშუალებები განხილული საკითხები და

გამოყენებული საშუალებები განსხვავდება დროისა და ადგილის მიხედვით, რაც ასახავს კონკრეტულ კონტექსტს, რომელშიც მიმდინარეობს დისკურსი (Van Dijk, 1997).

პოლიტიკურ დისკურსს გარდა მისი მახასიათებლებისა გააჩნია მთელი რიგი ელემენტები, რომელთა გამოყენება ახდენს უდიდეს გავლენას შედეგებზე, მაგალითად:

- საკითხები და პოლიტიკა - პოლიტიკური დისკურსი ტრიალებს კონკრეტულ საკითხებსა და პოლიტიკას შორის, დაწყებული ეკონომიკური საკითხებიდან სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებამდე. ამ საკითხების ჩარჩოები და ინტერპრეტაცია აყალიბებს ნარატივს და წარმართავს საზოგადოებრივ აზრს.
- პლატფორმები და არხები: პოლიტიკური დისკურსი იმართება მრავალ პლატფორმაზე და არხზე, მათ შორის ტრადიციულ მედიასაშუალებებში, სოციალური მედიის პლატფორმებზე, საჯარო ფორუმებსა და ოფიციალურ პოლიტიკურ ასპარეზზე. პლატფორმის არჩევამ შეიძლება გავლენა მოახდინოს დისკურსის წვდომაზე, ხელმისაწვდომობაზე და დინამიკაზე.

პოლიტიკური დისკურსის ფუნქციები:

- დემოკრატიული განხილვა - პოლიტიკური დისკურსი ხელს უწყობს დემოკრატიულ მსჯელობას იდეებისა და მოსაზრებების გაცვლის შესაძლებლობის მინიჭებით, საზოგადოების მონაწილეობის წახალისებით და ინფორმირებული გადაწყვეტილებებისა და პოლიტიკის ჩამოყალიბების ხელშეწყობით.
- ანგარიშვალდებულება და გამჭვირვალობა - პოლიტიკური დისკურსი საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს დააკისრონ პასუხისმგებლობა პოლიტიკურ ლიდერებსა და ინსტიტუტებს თავიანთ ქმედებებზე. საჯარო დებატები, მედიის დაკვირვება და ოპოზიციური დისკურსი კი ხელს უწყობს პოლიტიკური პროცესების გამჭვირვალობასა და დაკვირვებას.
- რეპრეზენტაცია და ჩართვა - პოლიტიკური დისკურსი ემსახურება როგორც მარგინალიზებული ჯგუფების წარმომადგენლობის საშუალებას, რაც საშუალებას აძლევს მათ თავიათი ხმა გააგონონ მთავრობის წარმომადგენლებს. ინკლუზიური დისკურსი უზრუნველყოფს მოსაზრებებისა და ინტერესების

ფართო სპექტრის გათვალისწინებას პოლიტიკის ფორმულირებისა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში (Chadwick, 2017).

ამრიგად, პოლიტიკური დისკურსი დემოკრატიულ საზოგადოებაში იძლევა სხვადასხვა ინტერესების, პერსპექტივებისა და იდენტობების წარმოჩენის საშუალებას. იგი წარმოადგენს დემოკრატიული საზოგადოებების სასიცოცხლო კომპონენტს, რომელიც იდეების გაცვლას, მრავალფეროვანი პერსპექტივების წარმოჩენასა და განხილვას უწყობს ხელს.

## 1.2. სოციალური მედიის პლატფორმების მიმოხილვა და მათი მახასიათებლები

სოციალური მედია წარმოადგენს ონლაინ პლატფორმების და ტექნოლოგიების გაერთიანებას, რომლებიც ინდივიდებს, თემებს და ორგანიზაციებს ინფორმაციებისა და იდეების გაცვლის საშუალებას აძლევს. თანამედროვე სამყაროში შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური მედიის პლატფორმებმა მოახდინა რევოლუცია კომუნიკაციის, ინფორმაციის გაზიარებისა და სხვებთან დაკავშირების ციფრულ სამყაროში გადატანის გზით, ხოლო სხვადასხვა გაჯეტების განვითარებასთან ერთად, სოციალური მედია ადამიანის ყოველდღიური ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი გახდა. მათი მზარდი პოპულარობითა და მრავალფეროვანი ფუნქციებით, მნიშვნელოვანია სხვადასხვა სოციალური მედიის პლატფორმებისა და მათი განსხვავებული მახასიათებლების გაგება.

Facebook - ფეისბუქი, რომელიც დაარსდა 2004 წელს, არის უმსხვილესი სოციალური მედიის პლატფორმა, რომელსაც ყოველთვიურად 2,8 მილიარდზე მეტი აქტიური მომხმარებელი ჰყავს. ის მომხმარებელს სთავაზობს უამრავ ფუნქციას, მათ შორის პერსონალურ პროფილებს, მეგობრებთან დაკავშირებისა და სიახლეების გაზიარების გზებს. მომხმარებლებს შეუძლიათ გააზიარონ ტექსტური პოსტები, ფოტოები, ვიდეოები, ბმულები და ჩაერთონ ინტერაქტიულ აქტივობებში, როგორცაა მოწონება, კომენტარის გაკეთება და გაზიარება. ფეისბუქი ხაზს უსვამს პირად კავშირებს, რაც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს ჰქონდეთ მუდმივი კომუნიკაცია მეგობრებთან,

ოჯახთან, საზოგადოებებთან და აღმოაჩინონ მათ ინტერესებზე მორგებული კონტენტი (Zhang et al., 2019).

Twitter - თვითერი, რომელიც 2006 წელს დაარსდა, არის მიკრობლოგის პლატფორმა, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს გამოაქვეყნონ მოკლე შეტყობინებები სახელწოდებით "ტვიტები". მომხმარებლებს შეუძლიათ გააზიარონ 280 სიმბოლომდე "ტვიტები", რომელიც შეიძლება შეიცავდეს ტექსტს, სურათებს, ვიდეოებსა და ბმულებს. ტვიტერის ფუნქციებში შედის გადატვირთვები, მოწონებები, კომენტარები და ჰეშთეგები, რაც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს ჩაერთონ საჯარო საუბრებში და თვალი ადევნონ მათთვის საინტერესო მოვლენებს. აღნიშნული წარმოადგენს ახალი ამბების გავრცელებისა და საჯარო დისკურსის წარმოების ონლაინ პლატფორმას (Gruzd et al., 2019).

Instagram - ინსტაგრამი, რომელიც 2010 წელს შეიქმნა, არის ვიზუალური პლატფორმა, რომელიც ორიენტირებულია ფოტო და ვიდეო გაზიარებაზე. ის მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს გადაიღონ და დაარედაქტირონ ფოტოები, გამოიყენონ ფილტრები და გაუზიარონ ისინი თავიანთ მიმდევრებს. ინსტაგრამი ხაზს უსვამს ვიზუალურ ესთეტიკას და სიუჟეტების თხრობას, ისეთი ფუნქციებით, როგორცაა Stories, IGTV და Reels ეფემერული და კრეატიული შინაარსისთვის. მომხმარებლებს შეუძლიათ ერთმანეთთან ინტერაქცია იქონიონ ლაიქების, კომენტარებისა და პირდაპირი შეტყობინებების საშუალებით, აღნიშნულით კი განივითარონ შემოქმედებითობა და ხელი შეუწყოთ ერთიანი საზოგადოების მშენებლობას (Kaplan & Haenlein, 2010).

LinkedIn - ლინკედინი, 2003 წელს დაარსდა და წარმოადგენს პროფესიონალური ქსელის პლატფორმას, რომელიც შექმნილია კარიერაზე ორიენტირებული პირებისა და ბიზნესებისთვის. პლატფორმის მომხმარებლებს შეუძლიათ შექმნან პროფესიონალური პროფილები, წარმოაჩინონ თავიანთი უნარები, გამოცდილება და კვალიფიკაცია, გარდა ამისა მათ აქვთ შესაძლებლობა დაუკავშირდნენ კოლეგებს, პროფესიონალებს და ინდუსტრიის ლიდერებს. ლინკედინი საშუალებას აძლევს მომხმარებლებს შეუერთდნენ პროფესიონალურ ინტერესებზე დაფუძნებულ ჯგუფებს ცოდნის გაზიარებისთვის. მისი ფუნქციები, როგორცაა მოწონება,

რეკომენდაციები და LinkedIn Groups ხელს უწყობს ისეთი ქსელის შექმნას, რომელიც ცოდნის გაზიარებასა და კარიერულ წინსვლას უზრუნველყოფს (Sedighi & Sattar, 2021).

YouTube - იუთუბი, რომელიც შეიქმნა 2005 წელს, არის ვიდეო გაზიარების პლატფორმა, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს ატვირთონ, უყურონ და გააზიარონ ვიდეოები. მასში განთავსებულია შინაარსის ფართო სპექტრი, მათ შორის მუსიკალური ვიდეოები, გაკვეთილები, ვლოგები და დოკუმენტური ფილმები. იუთუბი გვთავაზობს ფუნქციებს, როგორცაა კომენტარის გაკეთება, მოწონება, გამოწერა და მუსიკალური სიების შექმნა, გარდა ამისა პლატფორმა მომხმარებლებს პერსონალიზებულ ვიდეო რეკომენდაციებს სთავაზობს, ნახვის ისტორიასა და პრეფერენციებზე დაყრდნობით. იუთუბერებს პირდაპირი ვიდეოს სტრიმიინგი რეალურ დროში ჩართულობის შესაძლებლობაც აქვთ. პლარტფორმა აყალიბებს და აერთიანებს საზოგადოებებს, ერთი ინტერესების გარშემო, ის წარმოადგენს გართობის, განათლების მიღების და კულტურული გამოხატვის საუკეთესო საშუალებას (Hernández-García & Díaz-Campo, 2020).

სოციალური მედიის პლატფორმები გახდა თანამედროვე კომუნიკაციისა და ქსელის განუყოფელი ნაწილი, რომელიც მომხმარებლებს ფუნქციების ფართო სპექტრს სთავაზობს. თითოეულ პლატფორმას აქვს თავისი უნიკალური მახასიათებლები, რომლებიც ითვალისწინებს მომხმარებლის სხვადასხვა პრეფერენციებსა და მიზნებს. ფეისბუქი ხაზს უსვამს პირად კავშირებს, თვითთავი ფოკუსირებულია რეალურ დროში განახლებულ ინფორმაციებსა და საჯარო დისკურსზე, ინსტაგრამი ხაზს უსვამს ვიზუალურ ისტორიებს, ლინკედინი მიზნად ისახავს პროფესიონალურ ქსელებს, ხოლო იუთუბი უზრუნველყოფს პლატფორმას ვიდეო კონტენტის გაზიარებისთვის. ამრიგად, ამ პლატფორმების და მათი მახასიათებლების გაგება გადამწყვეტია სოციალური მედიის ლანდშაფტის ეფექტური გამოყენებისა და ნავიგაციისთვის.

### 1.3. სოციალურ მედიასა და პოლიტიკურ კომუნიკაციას შორის არსებული ურთიერთობა

სოციალური მედიის გამოჩენამ ღრმა გავლენა მოახდინა პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე, გარდაქმნა პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელების, საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებისა და პოლიტიკურ პროცესებში მოქალაქეების ჩართულობის გზები.

ნიშანდობლივია ის, რომ სოციალური მედიის პლატფორმებმა მოახდინა პოლიტიკური კომუნიკაციის დემოკრატიზაცია, რაც ინდივიდებს აძლევს საშუალებას გამოხატონ თავიანთი აზრი, ჩაერთონ დისკუსიებში და მობილიზდნენ კოლექტიური მოქმედებისთვის. მომხმარებლებს შეუძლიათ ადვილად გააზიარონ პოლიტიკური შინაარსის ტექსტები, გამოხატონ თავიანთი პერსპექტივები და დაუკავშირდნენ თანამოაზრე პირებს, რაც თავის მხრივ პოლიტიკური კომუნიკაციის ტრადიციულ ბუნებას სერიოზულ გამოწვევას უქმნის (Chadwick, 2017).

სოციალურმა მედიამ მოახდინა რევოლუცია პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელებისა და პოლიტიკური დღის წესრიგის ფორმირებაში. პოლიტიკური აქტორები, მათ შორის კანდიდატები, პარტიები და პარტიებში გაწევრიანებული პირები, იყენებენ სოციალური მედიის პლატფორმებს საზოგადოებასთან უშუალო კომუნიკაციისა და მათი მესიჯების გასავრცელებლად (Gibson & McAllister, 2017). უფრო მეტიც, სოციალური მედიის პლატფორმები მრავალი მომხმარებლისთვის ახალი ამბების შეტყობის ალტერნატიულ წყაროს წარმოადგენს, რაც ხელს უწყობს ინფორმაციის გავრცელებას, ხშირად რეალურ დროში. შედეგად, სოციალურ მედიას აქვს ძალა, დაადგინოს დღის წესრიგი და გავლენა მოახდინოს საზოგადოებრივ აზრზე. ალგორითმების არსებობამ და პერსონალიზებულმა კონტენტმა სოციალური მედიის პლატფორმებზე ასევე შეიძლება წვლილი შეიტანოს ფილტრის შექმნაში, შეზღუდოს სხვადასხვა პოლიტიკური მოსაზრებების ზემოქმედება და არსებული შეხედულებების გაძლიერება.

სოციალური მედიის პლატფორმები გვთავაზობენ ინტერაქტიულ ფუნქციებს, რომლებიც ხელს უწყობს მოქალაქეების პოლიტიკურ ჩართულობასა და მობილიზაციას. გარდა ამისა, სოციალური მედია მნიშვნელოვან როლს თამაშობდა/თამაშობს სოციალური და პოლიტიკური მოძრაობების ორგანიზებასა და მობილიზებაში. მოძრაობები და პროტესტი ხშირად ორგანიზებულია და ძლიერდება ჰემთეგების მეშვეობით ისეთ პლატფორმებზე, როგორცაა Twitter, რაც საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს თვითონ მართონ კამპანიები სოციალური და პოლიტიკური ცვლილებებისთვის, მაგალითად როგორც ეს მოხდა არაბული გაზაფხულისა და სხვა გლობალური პროტესტის დროს (Lotan et al., 2011). ის უზრუნველყოფს კოლექტიური

მოქმედების პლატფორმას, რაც მოქალაქეებს საშუალებას აძლევს შეიკრიბონ საერთო მიზნების გარშემო და გამოიწვიონ პოლიტიკური ხელისუფლება.

სოციალური მედიის პლატფორმებმა ხელი შეუწყო პოლიტიკურ აქტივიზმს და მობილიზაციას, რაც მოქალაქეებს საშუალებას აძლევს შეიკრიბონ სპეციალური მიზნების გარშემო და გავლენა მოახდინონ პოლიტიკურ შედეგებზე. პლატფორმები, როგორცაა Change.org, საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს შექმნან და ხელი მოაწერონ პეტიციებს, აამაღლონ ცნობიერება და მოახდინოს ზეწოლა პოლიტიკის შემქმნელებზე (Bimber et al., 2012). სოციალურმა მედიამ გადამწყვეტი როლი ითამაშა ვირუსული მოძრაობების ზრდაში, როგორცაა #MeToo და #BlackLivesMatter, იგი აძლიერებს მარგინალიზებულ ხმებს და იწვევს სოციალურ და პოლიტიკურ ცვლილებებს. პლატფორმები უზრუნველყოფს სივრცეს ონლაინ პროტესტის ორგანიზებისა და კოორდინაციისთვის, რაც საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს გამოხატონ თავიანთი განსხვავებული აზრი და მობილიზდნენ კოლექტიური მოქმედებისთვის (Lotan et al., 2011).

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური მედიის გავლენა პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე მნიშვნელოვანია, ის ასევე წარმოადგენს დეზინფორმაციის გავრცელების სივრცესაც. ცრუ ინფორმაცია შეიძლება სწრაფად გავრცელდეს სოციალური მედიის პლატფორმებზე, მოახდინოს ზეგავლენა საზოგადოებრივ აზრზე და შელახოს დემოკრატიული პროცესების მთლიანობა. გარდა ამისა, სოციალური მედიის ალგორითმები ხშირად აყალიბებენ შინაარსს მომხმარებელთა პრეფერენციებზე დაყრდნობით, რაც იწვევს ფილტრის ფორმირებას, სადაც ინდივიდები ძირითადად ექვემდებარებიან კონტენტს, რომელიც შეესაბამება მათ არსებულ შეხედულებებს (Pariser, 2011).

სოციალურ მედიასა და პოლიტიკურ კომუნიკაციას შორის ურთიერთობა რთული და დინამურია. მიუხედავად იმისა, რომ სოციალურმა მედიამ მოახდინა პოლიტიკური დისკურსის დემოკრატიზაცია, გაზარდა მოქალაქეთა ჩართულობა და უზრუნველყო პოლიტიკური მონაწილეობის ახალი გზები, ის ასევე წარმოადგენს გამოწვევებს, რომლებიც დაკავშირებულია დეზინფორმაციასთან და ალგორითმულ გავლენასთან. პოლიტიკის შემქმნელებისთვის, სოციალური მედიის პლატფორმებისთვის და



მომხმარებლებისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ამ გამოწვევებზე პასუხისმგებლობით ნავიგაციას, რათა გამოიყენონ სოციალური მედიის პოტენციური პოლიტიკური კომუნიკაციის გასაძლიერებლად, მისი უარყოფითი შედეგების მინიმიზაციით.

#### 1.4. სოციალურ მედიასთან და პოლიტიკურ კომუნიკაციასთან დაკავშირებული ძირითადი თეორიები და მოდელები

სოციალურ მედიასთან და პოლიტიკურ კომუნიკაციასთან დაკავშირებული თეორიებისა და მოდელების გააზრება აუცილებელია ციფრული ლანდშაფტის სირთულეებისა და დემოკრატიულ პროცესებზე მისი გავლენის გასაგებად. ამ კომპლექსური ურთიერთობისა და სოციალური მედიის პოლიტიკურ კომუნიკაციაში ინტეგრაციის ახსნისთვის წლების მანძილზე მუშავდებოდა ურთიერთობა სოციალურ მედიასა და პოლიტიკურ კომუნიკაციას შორის, რამაც საბოლოოდ სხვადასხვა თეორიებისა და მოდელების ჩამოყალიბებამდე მიგვიყვანა, ესენია:

ქსელური საზოგადოებრივი სფეროს თეორია - ქსელური საზოგადოებრივი სფეროს თეორია ამტკიცებს, რომ სოციალური მედიის პლატფორმებს აქვთ პოტენციური ხელი შეუწყონ უფრო ინკლუზიურ და მონაწილეობით საჯარო სფეროს. ის ვარაუდობს, რომ სოციალურ მედიას შეუძლია დააკავშიროს ინდივიდები, რაც სხვადასხვა პერსპექტივების გაცვლას და პოლიტიკურ საკითხებზე საჯარო განხილვისა და დისკუსიის საშუალებას იძლევა. ეს თეორია ხაზს უსვამს საკომუნიკაციო ძალაუფლების დეცენტრალიზაციასა და ისეთი ქსელური თემების გაჩენას, რომლებიც ჩართულნი არიან დემოკრატიულ დისკურსში (Castells, 2012).

ორსაფეხურიანი ნაკადის მოდელი - ორსაფეხურიანი ნაკადის მოდელი ვარაუდობს, რომ ინდივიდებზე გავლენას ისეთი „აზრის ლიდერები“ ახდენენ, რომლებიც შუამავლობენ და ინტერპრეტირებენ პოლიტიკურ ინფორმაციას (Katz & Lazarsfeld, 1955). სოციალური მედიის კონტექსტში, „აზრის ლიდერები“ შეიძლება გამოჩნდნენ გავლენიან ფიგურებად, რომლებიც აყალიბებენ საზოგადოებრივ აზრს მათი ონლაინ ყოფნისა და ჩართულობის მეშვეობით (Conover et al., 2011). მოდელი ხაზს უსვამს ინტერპერსონალური კომუნიკაციის მნიშვნელობას და გავლენიანი აქტორების როლს სოციალური მედიის საშუალებით პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელებაში.

დუმილის სპირალის თეორია - თეორია ამტკიცებს, რომ ინდივიდები უფრო მეტად გამოხატავენ თავიანთ აზრს, როდესაც ისინი აღიქვამენ თავიანთ შეხედულებებს უმრავლესობის აზრთან შესაბამისობაში (Noelle-Neumann, 1974). სოციალური მედიის კონტექსტში, ინდივიდებმა შეიძლება თავი შეიკავონ განსხვავებული მოსაზრებების გამოთქმისგან, თუ ისინი აღიქვამენ თავიანთ შეხედულებებს უმცირესობაში, ონლაინ დისკუსიებთან დაკავშირებული ხილვადობისა და პოტენციური რეაქციის გამო (Bruns et al., 2012). ეს თეორია ხაზს უსვამს სოციალური მედიის გავლენას საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებასა და ონლაინ პოლიტიკურ დისკურსში თვითცენზურის პოტენციალზე.

ინოვაციების გავრცელების თეორია - ინოვაციების გავრცელების თეორია იკვლევს პროცესს, რომლის მეშვეობითაც სოციალურ სისტემებში ახალი იდეები, ტექნოლოგიები ან ქცევები ვრცელდება. სოციალური მედიისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის კონტექსტში, ეს თეორია ხსნის პოლიტიკური მესიჯების მიღებასა და გავრცელებას, მობილიზაციის მცდელობებს და პოლიტიკური აქტივიზმის პოპულარიზაციას ონლაინ ქსელების მეშვეობით (Bakshy et al., 2015). ის გვეხმარება გავიგოთ, თუ როგორ შეუძლია სოციალურ მედიას გააძლიეროს პოლიტიკური გზავნილებზე წვდომა და გავლენა ქსელურ საზოგადოებაში.

მაკკომბსის და შოუს მიერ შემოღებული დღის წესრიგის თეორია ვარაუდობს, რომ მედიის შერჩევა და გარკვეულ თემებზე აქცენტი გავლენას ახდენს ამ საკითხების გამორჩეულობასა და მნიშვნელობაზე საზოგადოებისთვის. სოციალური მედიისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის სფეროში, ეს თეორია გულისხმობს, რომ თემებსა და საკითხებს, რომლებიც აქტუალურია სოციალური მედიის პლატფორმებზე, შეუძლიათ შექმნან პოლიტიკური დღის წესრიგი და საჯარო დისკუსიები. სოციალური მედიის უნარმა, სწრაფად გაავრცელოს ინფორმაცია და გააძლიეროს გარკვეული თემები, შეიძლება გავლენა იქონიოს იმ საკითხებზე, რომლებსაც მოქალაქეები თვლიან მნიშვნელოვან და ყურადღების ღირსად (Bastos & Raimundo, 2018).

სოციალურ მედიასთან და პოლიტიკურ კომუნიკაციასთან დაკავშირებული ძირითადი თეორიებისა და მოდელების გააზრება იძლევა მნიშვნელოვან

ინფორმაციას პოლიტიკურ სფეროში ონლაინ ურთიერთქმედების მექანიზმებზე, დინამიკაზე და ეფექტებზე. ამ თეორიების გამოყენებითა და კრიტიკული შესწავლით, შესაძლებელია გაგებულ და გაანალიზებულ იქნას სოციალური მედიის რთული ლანდშაფტი და მისი გავლენა პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე.

1.5. სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური დისკურსის ფორმირებაში

მოდერნისტულ სამყაროში სოციალური მედიის პლატფორმები იქცა მძლავრ ინსტრუმენტებად, რომლებიც აყალიბებენ პოლიტიკურ დისკურსს, რომელიც გავლენას ახდენს ინფორმაციის გავრცელების, საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებასა და პოლიტიკურ ჩართულობაზე. სოციალური მედიის პლატფორმები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელებაში, აღნიშნული კი მნიშვნელოვნად ზემოქმედებს პოლიტიკური დისკუსიის ჩამოყალიბებაში.

- პოლიტიკური დისკურსის დემოკრატიზაცია - სოციალური მედიის პლატფორმებმა მოახდინეს პოლიტიკური დისკურსის დემოკრატიზაცია, სადაც ნებისმიერ ინდივიდს შეუძლია თავისი მოსაზრებების გამოხატვა, პოლიტიკურ დისკუსიებსა და პროცესებში ჩართვა (Tremayne, 2014). სოციალური პლატფორმები საშუალებას აძლევს მოქალაქეებს გაუზიარონ თავიანთი შეხედულებები, დაუპირისპირდნენ დომინანტურ ნარატივებს და გააძლიერონ მრავალფეროვანი ხმები, რომლებიც სხვაგვარად (ტრადიციულ მედიაში) მარგინალიზებული ყოფილიყო (Bruns et al., 2012).
- ინფორმაციის გავრცელება და დღის წესრიგის დადგენა - სოციალური მედიის პლატფორმებმა შეცვალა პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელება და დღის წესრიგის დადგენის პროცესი. პოლიტიკური აქტორები, მათ შორის პოლიტიკოსები, პარტიები და ინტერესთა ჯგუფები, იყენებენ სოციალურ მედიას საზოგადოებასთან უშუალო კომუნიკაციისთვის, ტრადიციული მედიის კარიბჭის გვერდის ავლით (Gibson & McAllister, 2017). უფრო მეტიც, სოციალური მედია მრავალი მომხმარებლისთვის ახალი ამბებისა და ინფორმაციის გაგების უმნიშვნელოვანესი წყაროა, რაც მათ საშუალებას აძლევს მიიღონ რეალურ დროში მიიღნ განახლებული ინფორმაციები და შეისწავლონ

ალტერნატიული შეხედულებები (Bastos & Raimundo, 2018). შედეგად, სოციალური მედიის პლატფორმებს აქვთ ძალა, ჩამოაყალიბონ პოლიტიკური დღის წესრიგი და გავლენა მოახდინონ საზოგადოებრივ აზრზე.

- ჩართულობა და პოლიტიკური მობილიზაცია - სოციალური მედიის პლატფორმები გვთავაზობენ ინტერაქტიულ ფუნქციებს, რომლებიც ხელს უწყობს პოლიტიკურ ჩართულობასა და მობილიზაციას. მომხმარებლებს შეუძლიათ ჩაერთონ პოლიტიკურ ინტერაქციებში კომენტარებისა და გაზიარების საშუალებით, რითაც ისინი აქტიურად მონაწილეობენ დისკურსიებსა და საკუთარი აზრის დაფიქსირებაში (Gil de Zúñiga et al., 2012).
- ვირუსული წვდომა: სოციალური მედიის პლატფორმების გაზიარება და ალგორითმული მახასიათებლები ხელს უწყობს პოლიტიკური შინაარსის ვირუსულობას, აძლიერებს მის წვდომას და გავლენას.
- უკუკავშირის მექანიზმი: პოლიტიკურ აქტორებს შეუძლიათ უშუალოდ ჩაერთონ მოქალაქეებთან სოციალური მედიის საშუალებით, მიიღონ რეალურ დროში უკუკავშირი და ხელი შეუწყონ ორმხრივ კომუნიკაციას.
- პოლიტიკური პოლარიზაციის გაძლიერება: მრავალი კვლევა ვარაუდობს, რომ სოციალურ მედიას შეუძლია გააძლიეროს პოლიტიკური პოლარიზაცია ექო კამერებისა და ფილტრის შექმნის ხელშეწყობით. ექოს კამერები ეხება თვითგანმტკიცების საზოგადოებებს, სადაც ინდივიდები ექვემდებარებიან თანამოაზრე პერსპექტივებს, ხოლო ფილტრი წარმოიქმნება ალგორითმებისგან, რომლებიც არეგულირებენ კონტენტს მომხმარებლების პრეფერენციებზე დაყრდნობით. მკვლევარი სანსტეინი ამტკიცებს, რომ ეს მექანიზმები ხელს უწყობს ინფორმაციის წყაროების შევიწროებას, ზღუდავს სხვადასხვა თვალსაზრისის ზემოქმედებას და არსებული რწმენის განმტკიცებას (Sunstein, 2017).
- დეზინფორმაცია: არ შეიძლება უგულებელვყოთ სოციალური მედიის როლი პოლიტიკური დეზინფორმაციის გავრცელების ხელშეწყობაში. ამპლიფიკაციის ეფექტი, ექო კამერები, კოორდინირებული კამპანიები და გამოწვევები ფაქტების შემოწმებასა და მარკირებაში ხელს უწყობს დეზინფორმაციის გავრცელებასა და გავლენას (Del Vicario et al., 2016).

სოციალური მედიის პლატფორმები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს პოლიტიკური დისკურსის ფორმირებაში, ინფორმაციის ნაკადის დემოკრატიზაციაში, ჩართულობის ხელშეწყობაში და პოლიტიკური მობილიზაციაში. პლატფორმები უზრუნველყოფენ მოქალაქეების უფლებას მიიღონ მონაწილეობა საჯარო დისკუსიებში და დაუპირისპირდნენ დომინანტურ ნარატივებს. მიუხედავად იმისა, რომ ის წარმოადგენს დემოკრატიული მონაწილეობისა და მარგინალიზებული ხმების გაძლიერების შესაძლებლობებს, ის ასევე იწვევს შეშფოთებას პოლარიზაციასთან და დეზინფორმაციის გავრცელებასთან დაკავშირებით. პოლიტიკურ დისკურსზე სოციალური მედიის პოზიტიური ზემოქმედების მაქსიმალურად გაზრდის მიზნით, მნიშვნელოვანია, რომ ინდივიდებმა, პლატფორმისა და პოლიტიკის შემქმნელებმა პასუხისმგებლობით მიიღონ ეს გამოწვევები.

#### 1.6. სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ კამპანიებში

ბოლო წლებში სოციალური მედია გამოჩნდა, როგორც ძლიერი ინსტრუმენტი პოლიტიკურ კამპანიებში, რომელმაც მოახდინა რევოლუცია კანდიდატების ამომრჩევლებთან ურთიერთობისა და მხარდაჭერის მობილიზებაში.

სოციალური მედიის პლატფორმები კანდიდატებს სთავაზობს პირდაპირ და გაუფილტრავ არხს მათ ამომრჩევლებთან კომუნიკაციისთვის. ისეთი პლატფორმების საშუალებით, როგორცაა Twitter, Facebook და Instagram, კანდიდატებს შეუძლიათ გააზიარონ თავიანთი პოზიციები, უპასუხონ ამომრჩეველთა შეკითხვებს და რეალურ დროში მიაწოდონ განახლებები კამპანიის აქტივობებზე. სოციალური მედიის უშუალო და ხელმისაწვდომობა საშუალებას აძლევს კანდიდატებს დააპროექტონ ავთენტურობა, ჰუმანიზაცია გაუწიონ თავიანთი კამპანიას და დაამყარონ პირდაპირი კავშირი ამომრჩევლებთან (Graham et al., 2019).

სოციალური მედია ასევე გადამწყვეტ როლს ასრულებს ამომრჩევლების ჩართულობისა და მობილიზების საქმეში. სხვადასხვა კვლევა ვარაუდობს, რომ სოციალური მედიის ჩართულობა დადებითად მოქმედებს პოლიტიკურ მონაწილეობაზე და ხელს უწყობს მომხმარებლებში პოლიტიკური ეფექტურობის განცდას. გარდა ამისა, სოციალური მედია საშუალებას იძლევა, რომ კანდიდატებმა მიზანმიმართულად აირჩიონ ის დემოგრაფიული თუ ტერიტორიული ნაწილი, სადაც

სურთ თავიანთი ხმის მიწვდენა, რაც ხელს უწყობს უფრო პერსონალიზებულ და მორგებულ კამპანიის შეტყობინებებს.

სოციალურმა მედიამ შეცვალა კამპანიის დაფინანსების ლანდშაფტიც. პლატფორმები, როგორცაა Facebook და Twitter, კანდიდატებს აძლევს შესაძლებლობას მოითხოვონ შემოწირულობები და დაუკავშირდნენ პოტენციურ დონორებს. სოციალური მედიის ვირუსული ბუნება საშუალებას აძლევს კამპანიებს სწრაფად და ეფექტურად მიაღწიონ ფართო აუდიტორიას, გააფართოონ დონორთა ქსელები და პოტენციურად გაზარდონ დაფინანსების მოზიდვის წარმატება (LaRose et al., 2019).

სოციალური მედიის პლატფორმები გვთავაზობენ მონაცემთა ანალიტიკის დახვეწილ ინსტრუმენტებს, რომლებიც კანდიდატებს საშუალებას აძლევს გააანალიზონ მომხმარებლის ქცევა, პრეფერენციები და დემოგრაფია. აღნიშნულით კი შესაძლებელი ხდება კამპანიების სტრატეგიულად დახვეწა, ისე რომ იგი მორგებულ იქნეს ამომრჩეველთა კონკრეტულ სეგმენტზე (Enli & Skogerbo, 2019).

მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური მედია უამრავ შესაძლებლობას წარმოადგენს პოლიტიკური კამპანიებისთვის, ის ასევე ჰქმნის სხვადასხვა გამოწვევებს. დეზინფორმაციის გავრცელება, კონფიდენციალურობის დარღვევა და ალგორითმული მიკერძოება იწვევს შეშფოთებას სოციალურ მედიაში პოლიტიკური კამპანიის სამართლიანობისა და გამჭვირვალობის შესახებ. ამ საკითხების გადასაჭრელად და ციფრულ სფეროში დემოკრატიული პროცესების მთლიანობის შესანარჩუნებლად აუცილებელია უსაფრთხოების ზომებისა და რეგულაციების გამკაცრება (Guess et al., 2020).

სოციალურმა მედიამ მოახდინა რევოლუცია პოლიტიკურ კამპანიებში, კანდიდატების კომუნიკაციის, ამომრჩეველების ჩართულობის, ფინანსების მოზიდვისა და მიზანმიმართული ურთიერთობის უპრეცედენტო გზების მინიჭებით. მან შეცვალა პოლიტიკური დისკურსის და ამომრჩეველთა მობილიზაციის დინამიკა. თუმცა, აუცილებელია დეზინფორმაციასთან, ალგორითმულ მიკერძოებასთან და კონფიდენციალურობასთან დაკავშირებული გამოწვევების მოგვარება, რათა უზრუნველყოფილ იქნას სოციალური მედიის პლატფორმების ეთიკური პასუხისმგებლობით გამოყენება. რადგან ციფრული ლანდშაფტი აგრძელებს

განვითარებას, პარტიებმა თუ პოლიტიკოსებმა უნდა გადალახონ ეს სირთულეები, რათა გამოიყენონ სოციალური მედიის სრული პოტენციალი, როგორც ტრანსფორმაციული ძალა პოლიტიკურ კამპანიაში.

## 1.7. სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ დისკურსში - მომავლის ტენდენციები

სოციალური მედიის პლატფორმებმა გარდაქმნა პოლიტიკური დისკურსი, რაც ინდივიდებს უპრეცედენტო შესაძლებლობებს აძლევს დისკუსიებში ჩართვის, აზრის გამოხატვისა და საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებისთვის. ამ მხრივ კი საინტერესოა ის სამომავლო ტენდენციები, რომელსაც სოციალური მედია გვთავაზობს:

პოლარიზაციის გაძლიერება - სოციალური მედიის პლატფორმები დაკავშირებულია პოლიტიკური პოლარიზაციის გაძლიერებასთან, რადგან ინდივიდები მიდრეკილნი არიან ჩაერთონ თანამოაზრე პირებთან და მოიხმარენ კონტენტს, რომელიც აძლიერებს მათ უკვე არსებულ რწმენას. ამ ექოს კამერის ეფექტმა შეიძლება გამოიწვიოს პოლარიზაციის გაზრდა და ფრაგმენტული საჯარო სფერო (Flaxman et al., 2016). მომავალი ტენდენციები ვარაუდობს, რომ ამ საკითხის მოგვარება გადამწყვეტი იქნება სოციალურ მედიაში უფრო დაბალანსებული და ინკლუზიური პოლიტიკური დისკურსის გასაძლიერებლად.

დეზინფორმაცია - სოციალურ მედიაში დეზინფორმაციის გავრცელება მნიშვნელოვანი შეშფოთების მიზეზი გახდა. დეზინფორმაციასთან ბრძოლის მომავალი ტენდენციები მოიცავს გაუმჯობესებული ალგორითმების და ფაქტების შემოწმების მექანიზმების შემუშავებას, სოციალურ მედია პლატფორმებსა და ფაქტების შემმოწმებელ ორგანიზაციებს შორის თანამშრომლობის გაზრდას და მომხმარებლებს შორის მედიაწიგნიერების ხელშეწყობას (Lewandowsky et al., 2020). ამ სტრატეგიების ეფექტურობა ჩამოაყალიბებს სოციალურ მედიაში სანდო ინფორმაციის გავრცელების მომავალ ლანდშაფტს.

პლატფორმის რეგულირება და მმართველობა - რამდენადაც სოციალური მედიის პლატფორმების გავლენა პოლიტიკურ დისკურსზე იზრდება, ჩნდება კითხვები მათ როლზე დემოკრატიაში და რეგულირებისა და მმართველობის საჭიროებასთან

დაკავშირებით. სამომავლო ტენდენციები შეიძლება მოიცავდეს პოლიტიკის განხორციელებას კონტენტის ზომიერების გამჭვირვალობის უზრუნველსაყოფად, ალგორითმული მიკერძოების განხილვისა და სოციალური მედიის პლატფორმების პასუხისმგებლობის ხელშეწყობას პოლიტიკურ დისკურსზე მათი გავლენის შესახებ (Napoli, 2021). თავისუფალი გამოხატვის დაბალანსება პასუხისმგებელი პლატფორმის მმართველობასთან იქნება მთავარი გამოწვევა პოლიტიკურ დისკურსში სოციალური მედიის როლის მომავლის ფორმირებაში.

მრავალფეროვანი პერსპექტივების ჩართვა - სამომავლო ტენდენციები უნდა იყოს ფოკუსირებული სოციალურ მედიაში ინკლუზიური პოლიტიკური დისკურსის ხელშეწყობაზე, სხვადასხვა პერსპექტივების ჩართულობის წახალისებით. ღია დიალოგის, კონსტრუქციული დებატების და პატივისცემითი ურთიერთობის ხელშეწყობის მცდელობამ შეიძლება ხელი შეუწყოს პოლარიზაციის შერბილებას და წახალისოს იდეების გაცვლა იდეოლოგიურ ხაზებს შორის. ალგორითმულმა ინტერვენციებმა, რომლებიც პრიორიტეტს ანიჭებენ სხვადასხვა თვალსაზრისს და ხელს უწყობენ სხვადასხვა პერსპექტივის გამოვლენას, შეიძლება გადამწყვეტი როლი შეასრულონ სოციალურ მედიაში პოლიტიკური დისკურსის მომავლის ჩამოყალიბებაში (Dubois & Blank, 2020).

სოციალური მედიის როლი პოლიტიკურ დისკურსში მუდმივად ვითარდება, რაც წარმოადგენს როგორც შესაძლებლობებს, ასევე გამოწვევებს დემოკრატიული პროცესებისთვის, ინფორმაციის გავრცელებისა და საზოგადოების დინამიკისთვის. მომავალი ტენდენციები მიუთითებს ისეთი საკითხების გადაწყვეტის აუცილებლობაზე, როგორცაა პოლარიზაცია, დეზინფორმაცია, პლატფორმის რეგულირება და ინკლუზიური დიალოგის ხელშეწყობა. სოციალური მედიის პოტენციალის გამოყენებით სხვადასხვა პერსპექტივის ჩართვის, დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლისა და მოქალაქეთა მობილიზაციის გაძლიერების გზით, სოციალურ მედიაზე პოლიტიკური დისკურსის მომავალს შეუძლია ხელი შეუწყოს უფრო ინფორმირებულ, მონაწილეობით და ინკლუზიურ დემოკრატიულ საზოგადოებას.



## 2. ემპირიული ნაწილი

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა სოციალურ მედიაში ქართველი პოლიტიკოსების პოსტებისა და გამოხმაურებების ანალიზი. აღნიშნულმა საშუალება მოგვცა შეგვესწავლა მათი პოლიტიკური დისკურსი, ის თუ როგორ ურთიერთობენ ისინი თავიანთ აუდიტორიასთან სოციალური მედიის პლატფორმაზე. ანალიზის ჩასატარებლად შეგროვებულ იქნა ქართველი პოლიტიკოსების მიერ ფეისბუქზე გამოქვეყნებული პოსტების ნიმუშები. ამ ნიმუშების აღება კი მოხდა პოლიტიკურ ლანდშაპტში პოლიტიკოსთა მრავალფეროვანი სპექტრის შერჩევით სხვადასხვა პარტიებიდან და პოზიციებიდან.

სოციალურ მედიაში ქართველი პოლიტიკოსების პოსტებისა და პასუხების გაანალიზებით, შესაძლებელი გახდა მათი კომუნიკაციის სტრატეგიების, პრიორიტეტული საკითხებისა და საზოგადოების ჩართულობის შესწავლა.

### **თემის ანალიზი:**

ქართველი პოლიტიკოსების მიერ ფეისბუქზე გაკეთებული პოსტები ქვეყანაში პოლიტიკურ დისკურსთან დაკავშირებულ სხვადასხვა თემას ეხება. ეს თემები მოიცავს:

- **სასამართლო პროცესი და ყალბი ამბები:** პოლიტიკოსები გამოხატავენ თავიანთ მოსაზრებებს სასამართლო პროცესებზე, ყალბ ამბებზე, ცილისწამებებზე და მედია საშუალებების მიერ გავრცელებულ დეზინფორმაციაზე. ისინი ხაზს უსვამენ პასუხისმგებელი მედიის აუცილებლობას და გმობენ დეზინფორმაციის უარყოფით გავლენას საზოგადოებაზე. ამის მაგალითია თბილისის მერი კახა კალაძის ფეისბუქ პოსტი: „“ტვ პირველის" საქმესთან დაკავშირებით პირველ რიგში, ვიტყვი იმას, რომ მსგავსი საჩივრით სასამართლო პროცესის მოგება საერთოდ არ მიმაჩნია ვინმეს გამარჯვებად. რეალურად, გაცილებით მძიმე ფაქტი დგას ამ ყველაფრის უკან. მხედველობაში მაქვს ფეიკნიუსები, ცილისწამების შემცველი განცხადებები, რომელიც დღეს, სამწუხაროდ, ე.წ. კრიტიკული მედიის მასაზრდოებელია....” „ველოდები სასამართლოს გადაწყვეტილების აღსრულებას, საჯარო უარყოფას მათ მიერ გავრცელებული ტყუილის.”
- **პოლიტიკური გამარჯვებები და იუბილეები:** პოლიტიკოსები აღნიშნავენ და იხსენებენ მნიშვნელოვან პოლიტიკურ გამარჯვებებს და მმართველობის გასული წლების განმავლობაში მიღწეულ განვითარებასა და პროგრესს.
- **ოპოზიციური მოძრაობები და პოლიტპატიმრები:** ოპოზიციური პარტიების პოლიტიკოსების მიერ დაწერილი პოსტები ძირითადად ხელისუფლების გმობის შინაარსისაა. ისინი ასევე გამოდიან პოლიტპატიმრების გათავისუფლების მოთხოვნით და გვევლინებიან ცვლილებებისა და სამართლიანობის მომხრეებად. მაგალითად ოპოზიციის ლიდერმა ნიკა მელიამ თავის ფეისბუქ გვერდზე განათავსა შემდეგი შინაარსის შემცველი პოსტი:

„საქართველოს მოქალაქეები უნდა შევთანხმდეთ, რას ვტოვებთ წარსულში, რას ვტოვებთ აწმყოში და რითი მივდივართ მომავალში. მე ზუსტად ვიცი, როგორი საქართველო მინდა - ევროპული, განვითარებული, ნამდვილად ქართული და არა ისეთი, როგორსაც ბიძინა ივანიშვილი გვთავაზობს. მაგრამ ვიღაცები ცდილობენ, რომ 2003-2012 წლის პერიოდი გადმოიტანონ 2023 წელში, ბიძინა ივანიშვილს სურს 2012-2023 წელი გაგრძელდეს უსასრულოდ; სულ რომ ყველაფერი უშეცდომო ყოფილიყო იმ ცხრა წელში ახლა მაინც სხვა დროა და სხვა ხალხი ცხოვრობს... ცვლილება ცვლილებებისთვის კი არა, ცვლილება უკეთესობისთვის უნდა იყოს; უნდა შევთანხმდეთ მომავალზე და წავიდეთ წინ. მთელ რიგ საკითხებთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანი აზრთა სხვადასხვაობაა, თუმცა მე და ძალიან ბევრი ადამიანი ვიქნებით იქ, სადაც ცვლილებების შესაძლებლობა და შანსი იქნება და ამ შანსს აუცილებლად გამოვიყენებთ...”

### **განწყობის ანალიზი:**

კომენტარებში აუდიტორიის მიერ გამოხატული განწყობები და დამოკიდებულებები საგრძნობლად განსხვავდება ინდივიდებს შორის, რაც ასახავს მოსაზრებებისა და პერსპექტივების განსხვავებულ რიგს, ისინი შეიძლება შემდეგნაირად გამოიყოს:

- მხარდასაჭერი: ზოგიერთი კომენტარი გამოხატავს მხარდაჭერას და აღფრთოვანებას პოლიტიკოსების მიმართ, ადიდებს მათ პოლიტიკას, ლიდერობას და ქვეყნისადმი ერთგულებას. ამის მაგალითებია: „ყველაფერში გეთანხმები ირაკლი შვილო. მიხარია დიდებული ადამიანის სახელი რომ უფრო მეტად ასახელე. მუდამ გქონოდეს წარმატებები თანამგზავრად. სამშობლოს საამაყო შვილი ხარ და გვეამაყები.”; „საუკეთესო პრემიერი ხარ”; „გონივრული პოლიტიკის გამო ვცემ პატივს, ღირსეული პრემიერი გყავს” და ა.შ.
- მთავრობის კრიტიკა: რამდენიმე კომენტარი აკრიტიკებს მთავრობის ქმედებებს, პოლიტიკას და სავარაუდო გადაცდომებს. ისინი ხაზს უსვამენ ისეთ საკითხებს, როგორცაა მედიის კონტროლი, პრესის შეზღუდული თავისუფლება და ადამიანის უფლებების შელახვა. მაგალითად: „სამწუხაროა,

რომ კონკურენტი არ გყავთ ჯერ. თორემ ისეთ მოზარდ ქვეყანაში, როგორც საქართველოა, 10 წელი ერთი მთავრობის გაჩერება დაჭაობების ტოლფასია. წესით ყოველ 4 წელში უნდა იცვლებოდეს მთავრობა, რომ საზოგადოება მიეჩვიოს არჩევანს და ამაღლდეს მენტალურად, გაუჩნდეს განცდა, რომ ქვეყანას თავად მართავს. მართლა ვწუხვარ, რომ არ/ვერ გყავთ კონკურენტი პარტია - თუმცა, შეუძლებელიც კია ამხელა ფულის წინააღმდეგ ვინმე ახალგაზრდამ გადადგას ახალი ნაბიჯები ისე, რომ თავის დამკვიდრება შეძლოს ლიდერად. როგორ კარგადაც არ უნდა მართავდეთ, საზოგადოება უნდა მიეჩვიოს გადაწყვეტილების მიღებას - მოზარდ ქვეყანას ცვლილებები სჭირდება.” და სხვა

- ოპოზიცია და განსხვავებული აზრი: აღსანიშნავია, რომ კომენტარების უმრავლესობა ემთხვევა ოპოზიციის პოზიციას და გამოხატავს უკმაყოფილებას ამჟამინდელი ხელისუფლების მიმართ.

#### **ჩართულობის ანალიზი:**

აუდიტორიის ჩართულობის დონეები, რაც აისახება კომენტარების რაოდენობაში, განსხვავდება სხვადასხვა პოლიტიკოსის პოსტებში. ზოგიერთი პოსტი იზიდავს უფრო მეტ ჩართულობას, რაც მიუთითებს თემის ირგვლივ საზოგადოების ინტერესის ან დაპირისპირების უფრო მაღალ დონეზე. მაგალითად, პოსტები, რომლებიც დაკავშირებულია პოლიტიკურ პატიმრებთან, მთავრობის პოლიტიკასთან და ცვლილებებისკენ მოწოდებებთან დაკავშირებით, საზოგადოებაში უფრო მეტ კომენტარებსა და დისკუსიებს იწვევს.

#### **ენისა და პასუხების ანალიზი:**

პოსტებსა და კომენტარებში გამოყენებული ენა მოიცავს მხარდაჭერის გამოხატვას, კრიტიკას, პოლიტიკურ კუთვნილებას და პირად მოსაზრებებს. ზოგიერთი კომენტარი ეწევა დიალოგს პოლიტიკოსებთან, გამოხატავს თანხმობას, უთანხმოებას ან ეძებს კითხვებზე პასუხს. ზოგჯერ კომენტარები შეიცავს პერსონალურ თავდასხმებს ან მწვავე კრიტიკას, რაც ასახავს პოლიტიკური დისკურსის პოლარიზებულ ხასიათს.

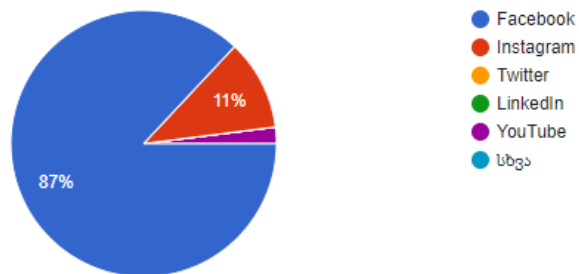
#### **რაოდენობრივი კვლევა**

საკმაოდ საინტერესო იყო რაოდენობრივ კვლევა და მოსახლეობის აზრის გაგება სოციალურ მედიაში არსებულ პოლიტიკურ დისკურსთან დაკავშირებით. კვლევის ფარგლებში შემთვევითად შერჩეულმა 100 რესპოდენტმა უპასუხა ჩვენს მიერ შედგენილ შეკითხვებს. აღსანიშნავია, რომ კვლევაში ჩართული ინდივიდების უმრავლესობის ასაკი 20-დან 38 წლამდე მერყეობდა, რაც უფრო მეტად დაგვანახებს საკითხის მიმართ ახალგაზრდა თაობის აზრს. ნიშანდობლივია ისიც, რომ გამოკითხულთა 100% საქართველოში რეგისტრირებულნი არიან ხმის მიმცემ პირად.

იმის გასაგებად თუ რომელ სოციალურ ქსელს ანიჭებენ უპირატესობას საზოგადოების წევრები, ჩვენ რესპოდენტებს დავუსვით კონკრეტული შეკითხვა იმასთან დაკავშირებით თუ რომელ სოციალურ მედია პლატფორმებს იყენებდნენ ისინი რეგულარულად. გამოკითხულთა უმრავლესობამ, კერძოდ 87%-მა ფეიბუქი აირჩია, რაც კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს აღნიშნული პლატფორმის პოპულარობასა და აქტუალობას ქართულ საზოგადოებაში.

რომელ სოციალურ მედია პლატფორმებს იყენებთ რეგულარულად?

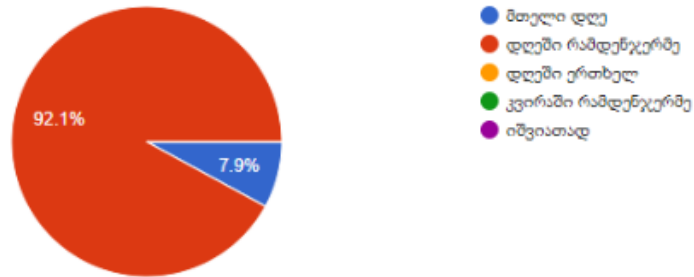
100 responses



გამოკითხულთა 92.1% სოციალურ პლატფორმებს დღეში რამდენჯერმე იყენებს, ხოლო 7.9% შეიძლება ითქვას მთელ დღეს ონლაინ ატარებს. რესპოდენტების უმრავლესობა სოციალურ ქსელებს გასართობად და ახალი ამბების, ასევე ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური მდგომარეობის გასაგებად ატარებს.

რამდენად ხშირად იყენებთ სოციალური მედიის პლატფორმებს?

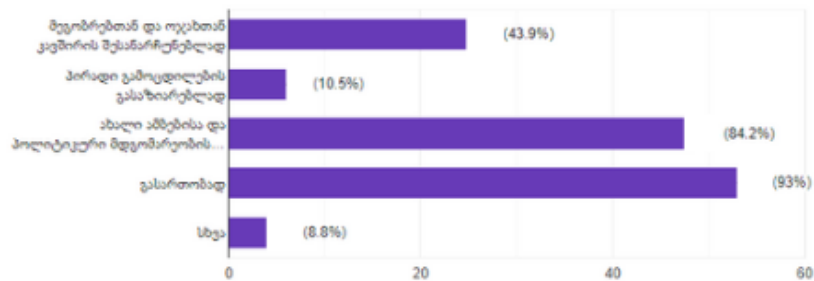
100 responses



ძირითადად რისთვის იყენებთ სოციალურ მედიას? (შაირჩიეთ ყველა რომელიც შეესაბამება)

Copy

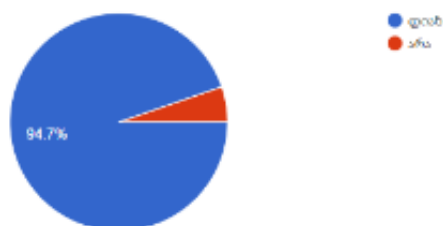
100 responses



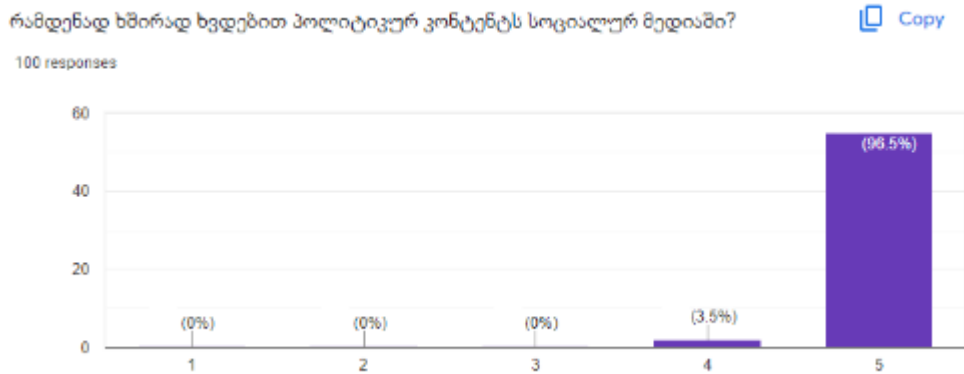
კვლევისთვის ასევე საინტერესო და მნიშვნელოვანი იყო იმის დადგენა თუ რაოდენ დიდი წვლილი მიუძღვის სოციალურ მედიას საზოგადოების შეკრებებზე. გამოკითხვით დადგინდა, რომ რესპოდენტების 94.7%-ს მიღებული ჰქონდა მონაწილეობა პოლიტიკურ აქტივობებსა და კამპანიებში, რაც ქვეყნის პოლიტიზირებულობას უსვამს ხაზს. საქართველოს მოქალაქეები განურჩევლად მათი ასაკისა, სქესისა თუ განათლებისა, აქტიურად არიან ჩართული ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებში.

მიგვიღიათ თუ არა მონაწილეობა რაიმე პოლიტიკურ აქტივობებში ან კამპანიაში?

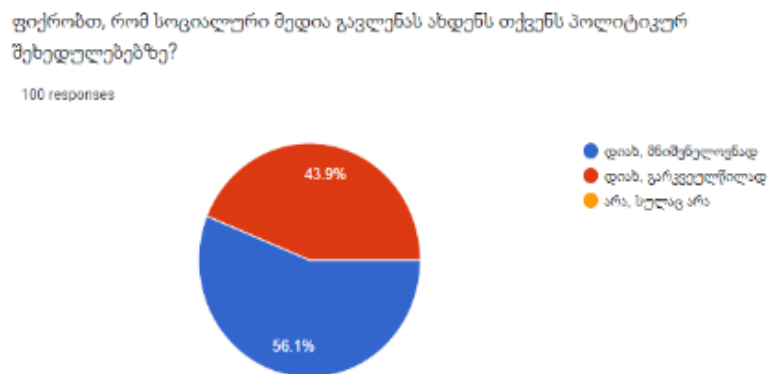
100 responses



აღსანიშნავია, ისიც რომ გამოკითხულთა უმრავლესობა სოციალურ მედიაში მუდმივად, საკმაოდ ხშირად ხვდება პოლიტიკური კონტენტის შემცველ პოსტს.



გარდა ამისა, გამოკითხულთა უმრავლესობა (56.1%) ეთანხმება იმ აზრს, რომ სოციალური მედია დიდ გავლენას ახდენს მათ პოლიტიკურ შეხედულებებზე, ხოლო ნაწილს მიაჩნია (43.9%), რომ აღნიშნული მხოლოდ გარკვეულწილად ზემოქმედებს მის ინდივიდუალურ შეხედულებებზე.

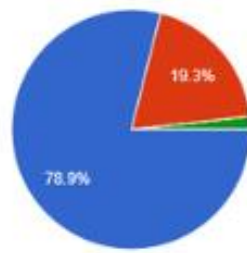


ნიშანდობლივია ის ფაქტიც, რომ გამოკითხულთა უმრავლესობა ინფორმაციას ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებზე ძირითადად სოციალური მედიის პლატფორმებიდან იღებს.

ძირითადად საიდან იღებთ თქვენს პოლიტიკურ ინფორმაციას?

Copy

100 responses



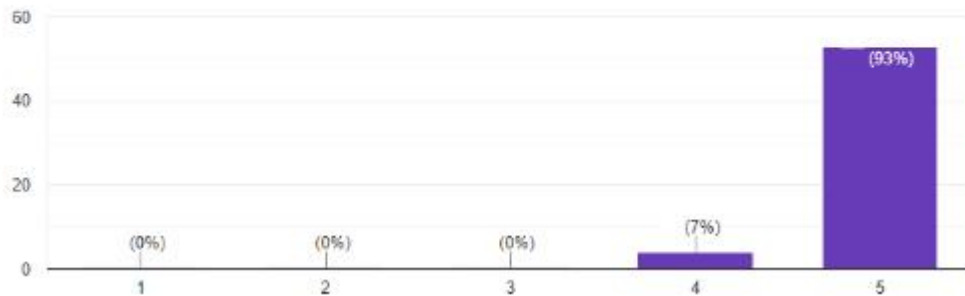
- სოციალური მედიის პლატფორმებიდან
- ტრადიციული საინფორმაციო საშუალებებიდან (ტელევიზია, გაზეთები, რადიო)
- პოლიტიკური საიტებიდან ან ბლოგებიდან
- მეგობრებთან და ოჯახთან საუბრებიდან
- პოლიტიკური ღონისძიებებიდან

სოციალურ მედიაში არსებული პოლიტიკური დისკურსი ასევე ეხმარება გამოკითხულთა უმრავლესობას საკუთარი შეხედულებების ჩამოყალიბებაში.

პოლიტიკური დისკურსი სოციალურ მედიაში მეხმარება ჩემი პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბებაში.

Copy

100 responses

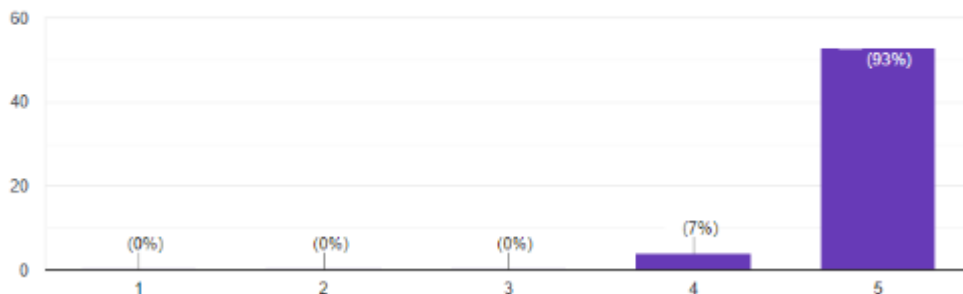


რესპოდენტების უმრავლესობას, კერძოდ 93%, მიაჩნია, რომ სოციალური მედია ხელს უწყობს ჯანსაღი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებას.

სოციალური მედია ხელს უწყობს ჯანსაღ პოლიტიკურ დისკურსს.

Copy

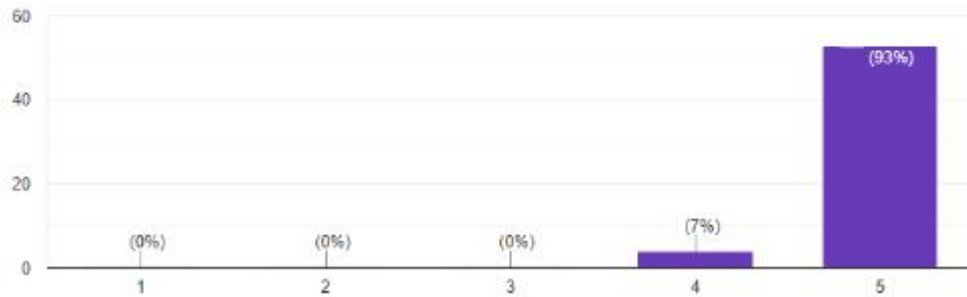
100 responses



გამოკითხული ინდივიდებისთვის სოციალური მედიის პლატფორმები წარმოადგენს სხვადასხვა პოლიტიკური მოსაზრებების გაცნობის საუკეთესო საშუალებას.



100 responses



### რაოდენობრივი კვლევის შედეგების ანალიზი

- სოციალური მედიის პლატფორმის პრეფერენციები: კვლევამ აჩვენა, რომ ფეიბუქი არის ყველაზე პოპულარული სოციალური მედიის პლატფორმა გამოკითხულ პირებს შორის, რომელსაც რეგულარულად იყენებს გამოკითხულთა 87%. ეს ხაზს უსვამს პლატფორმის დომინირებას და შესაბამისობას ქართულ საზოგადოებაში.
- სოციალური მედიის გამოყენების სიხშირე: რესპონდენტთა უმრავლესობამ (92.1%) აღნიშნა, რომ იყენებს სოციალური მედიის პლატფორმებს დღეში რამდენჯერმე, რაც მიუთითებს ამ პლატფორმებზე კომუნიკაციისა და ინფორმაციის მიღების მაღალი დონისა და დამოკიდებულების შესახებ.
- სოციალური მედიის გამოყენების მიზანი: რესპონდენტები ძირითადად იყენებენ სოციალურ მედიას გასართობად, სიახლეების შესახებ ინფორმირებულობისთვის და ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური სიტუაციის შესასრულებლად. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ სოციალური მედია გახდა ინფორმაციის ძირითადი წყარო და პოლიტიკური ჩართულობის პლატფორმა.
- პოლიტიკური ჩართულობა და აქტივიზმი: მნიშვნელოვანი დასკვნაა ის, რომ გამოკითხულთა 94.7%-მა განაცხადა, რომ მონაწილეობდა პოლიტიკურ აქტივობებსა და კამპანიებში. ეს მიუთითებს გამოკითხულ პირებს შორის პოლიტიკური მობილიზაციისა და ჩართულობის მაღალ დონეზე, განურჩევლად მათი ასაკისა, სქესისა თუ განათლებისა.
- სოციალურ მედიაში პოლიტიკური შინაარსის გაცნობა: რესპონდენტთა უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ საკმაოდ ხშირად ხვდებოდა პოლიტიკურ

პოსტებს სოციალურ მედიაში. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ სოციალური მედიის პლატფორმებზე პოლიტიკური დისკურსი ძალზედ გავრცელებულია და მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საზოგადოების პოლიტიკური დისკუსიებისა და ცნობიერების ჩამოყალიბებაში.

- სოციალური მედიის გავლენა პოლიტიკურ შეხედულებებზე: კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ გამოკითხულთა 56.1% მიიჩნევს, რომ სოციალური მედია დიდ გავლენას ახდენს მათ პოლიტიკურ შეხედულებებზე. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ სოციალური მედიის პლატფორმებს აქვთ პოტენციური ჩამოყალიბონ და გავლენა მოახდინონ საზოგადოებრივ აზრზე და მათ პოლიტიკურ პრეფერენციებზე.
- პოლიტიკური მოვლენების ინფორმაციის წყარო: აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტთა უმეტესობა ძირითადად ეყრდნობა სოციალური მედიის პლატფორმებს ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად. ეს ხაზს უსვამს სოციალური მედიის, როგორც ახალი ამბების წყაროს მნიშვნელობას და მის როლს პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელებაში.
- პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბება: კვლევამ აჩვენა, რომ სოციალური მედიის პლატფორმები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საზოგადოების პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბებაში. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ სოციალური მედია მოქმედებს, როგორც პლატფორმა სხვადასხვა პოლიტიკური შეხედულებების გამოვლენისთვის, რაც საშუალებას აძლევს ინდივიდებს განავითარონ საკუთარი პერსპექტივები.
- წვლილი ჯანსაღ პოლიტიკურ დისკურსში: გამოკითხულთა უმრავლესობა (93%) მიიჩნევს, რომ სოციალური მედია ხელს უწყობს ჯანსაღი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებას. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ სოციალური მედიის პლატფორმები განიხილება, როგორც ღირებული სივრცე პოლიტიკური საკითხების განხილვისა და აზრების გაცვლისთვის.

საერთო ჯამში, კვლევის შედეგები ხაზს უსვამს სოციალური მედიის პლატფორმების, განსაკუთრებით ფეისბუქის ფართოდ გამოყენებას ახალგაზრდა თაობაში. საქართველოში სოციალური მედია გადამწყვეტ როლს თამაშობს პოლიტიკური

ჩართულობის, ინფორმაციის გავრცელებისა და პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბებაში. სოციალურ მედიაში პოლიტიკური შინაარსის გავრცელება მიუთითებს მის გავლენას საზოგადოებრივ აზრზე და ქვეყანაში პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბების პოტენციალს. ეს დასკვნები ხაზს უსვამს საქართველოში პოლიტიკურ დინამიკასა და დემოკრატიულ პროცესებზე სოციალური მედიის გავლენის უფრო ღრმა გაგებისა და ანალიზის აუცილებლობას.

### **ჰიპოთეზის შემოწმება**

კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ჰიპოთეზა იმის შესახებ, რომ „სოციალური მედიის პლატფორმებზე პოლიტიკური შინაარსის მქონე პოსტების გაზრდილი ზემოქმედება იწვევს საქართველოს მოქალაქეების პოლიტიზებას“, დადასტურდა შემდეგი აღმოჩენებით:

- მაღალი მონაწილეობა პოლიტიკურ აქტივობებში: კვლევამ ცხადჰყო, რომ რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი უმრავლესობა (94.7%) მონაწილეობას იღებდა პოლიტიკურ აქტივობებსა და კამპანიებში. აღნიშნული კი იმაზე მეტყველებს, რომ პირები, რომლებიც ექვემდებარებიან პოლიტიკურ კონტენტს სოციალურ მედიაში, უფრო მეტად ერთვებიან პოლიტიკურ მოვლენებში.
- სოციალური მედია, როგორც პოლიტიკური ინფორმაციის წყარო: რესპონდენტთა უმრავლესობა ეყრდნობა სოციალური მედიის პლატფორმებს ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად. ეს ხაზს უსვამს სოციალური მედიის, როგორც პოლიტიკური სიახლეებისა და განახლებების არხის მნიშვნელობას, რაც ვარაუდობს, რომ ამ პლატფორმებზე პოლიტიკური შინაარსის გაზრდილი გამოხმაურება ხელს უწყობს ინდივიდების ინფორმირებულობას და პოლიტიკურ საკითხებში ჩართულობას.
- გავლენა პოლიტიკურ შეხედულებებზე: რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი ნაწილი (56.1%) აღნიშნავს, რომ სოციალური მედია დიდ გავლენას ახდენს მათ პოლიტიკურ შეხედულებებზე. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ სოციალური მედიის პლატფორმებზე პოლიტიკური შინაარსის ზემოქმედებას შეუძლია

განსაზღვროს და გავლენა მოახდინოს ინდივიდების პერსპექტივებსა და მოსაზრებებზე პოლიტიკურ საკითხებზე.

- პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბება: კვლევამ აჩვენა, რომ სოციალური მედიის პლატფორმები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს რესპონდენტთა უმრავლესობის პოლიტიკური შეხედულებების ჩამოყალიბებაში. აღნიშნული კი ხაზს უსვამს იმ მოსაზრებას, რომ სხვადასხვა პოლიტიკური მოსაზრებებისა და დისკუსიების გაშუქება სოციალურ მედიაში ხელს უწყობს ინდივიდების პოლიტიკური პერსპექტივების განვითარებას.
- პოლიტიკური დისკურსში სოციალური მედიის წვლილის აღქმა: რესპონდენტთა უმრავლესობა (93%) მიიჩნევს, რომ სოციალური მედია ხელს უწყობს ჯანსაღი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებას. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ სოციალური მედიის პლატფორმები განიხილება, როგორც ღირებული სივრცე პოლიტიკური საკითხების განხილვისა და აზრების გაცვლისთვის, რაც კიდევ უფრო ზრდის კავშირს სოციალურ მედიაში პოლიტიკური შინაარსის გაშუქებასა და გაზრდილ პოლიტიზებას შორის.

## დასკვნა

სოციალურ მედიაში ქართველი პოლიტიკოსების პოლიტიკურ დისკურსზე ჩატარებული კვლევისა და მოსახლეობის მოსაზრებების საფუძველზე შეიძლება გაკეთდეს შემდეგი დასკვნები:

- Facebook არის სასურველი სოციალური მედიის პლატფორმა პოლიტიკური ჩართულობისთვის: რესპონდენტთა უმრავლესობა რეგულარულად იყენებს Facebook-ს, რაც მიუთითებს მის პოპულარობასა და შესაბამისობაზე, როგორც

პოლიტიკური დისკურსის პლატფორმაზე ქართულ საზოგადოებაში. ეს ხაზს უსვამს ფეისბუქზე პოლიტიკოსების პოსტებისა და ინტერაქციის გაანალიზების მნიშვნელობას პოლიტიკური კომუნიკაციის დინამიკის გასაგებად.

- სოციალური მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს პოლიტიკურ ჩართულობაში: კვლევა აჩვენებს, რომ რესპონდენტთა მაღალი პროცენტი მონაწილეობდა პოლიტიკურ აქტივობებში და კამპანიებში, რაც ხაზს უსვამს ქვეყნის პოლიტიკებს. სოციალური მედიის პლატფორმები ხელს უწყობს საზოგადოების შეკრებას და მოქალაქეთა პოლიტიკურ ჩართულობას.
- სოციალური მედია გავლენას ახდენს პოლიტიკურ შეხედულებებზე: რესპონდენტთა მნიშვნელოვანი უმრავლესობა ეთანხმება აზრს, რომ სოციალური მედია დიდ გავლენას ახდენს მათ პოლიტიკურ შეხედულებებზე. აღნიშნული კი მიუთითებს სოციალური მედიის ძალაზე, საზოგადოებრივი აზრისა და პოლიტიკური დისკურსის ფორმირებაში.
- სოციალური მედია არის პოლიტიკური ინფორმაციის პირველადი წყარო: კვლევამ აჩვენა, რომ რესპონდენტთა უმრავლესობა ეყრდნობა სოციალური მედიის პლატფორმებს ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად. რაც ხაზს უსვამს სოციალური მედიის, როგორც ახალი ამბების წყაროს მნიშვნელობას და მის როლს საზოგადოების ინფორმირებულობის ჩამოყალიბებაში და პოლიტიკური საკითხების გაგებაში.
- სოციალური მედია ხელს უწყობს სხვადასხვა პოლიტიკური მოსაზრებების გამოვლენას: კვლევის მიხედვით, სოციალური მედიის პლატფორმები ინდივიდებს აძლევს შესაძლებლობას შეხვდნენ სხვადასხვა პოლიტიკურ შეხედულებებს. მრავალფეროვანი პერსპექტივის ეს გამოვლენა ეხმარება რესპონდენტებს საკუთარი შეხედულებების ჩამოყალიბებაში და ხელს უწყობს ჯანსაღი პოლიტიკური დისკურსის ჩამოყალიბებას.

კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ სოციალური მედია, განსაკუთრებით ფეისბუქი, მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ქართველი პოლიტიკოსების პოლიტიკურ დისკურსსა და მოსახლეობის ჩართულობაში. ის გავლენას ახდენს პოლიტიკურ შეხედულებებზე, ემსახურება როგორც პოლიტიკური ინფორმაციის პირველადი წყაროს და იძლევა სხვადასხვა მოსაზრებების გამოვლენის

საშუალებას. სოციალურ მედიაში პოლიტიკოსების საკომუნიკაციო სტრატეგიების, თემებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის გააზრებამ და ანალიზმა შეიძლება უზრუნველყოს საქართველოში პოლიტიკური დისკურსის დინამიკის შესახებ ღირებული ინფორმაცია.

### გამოყენებული ლიტერატურა:

Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.

Bastos, M. T., & Raimundo, R. L. (2018). Discovering the Interplay between Online News and Social Media through Event-Based Network Analysis. *Social Media + Society*, 4(1), 2056305118759166.

Bimber, B. (2019). Digital media in the Obama campaigns: 2008 and 2012. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.

- Bruns, A., Highfield, T., & Burgess, J. (2012). The Arab Spring and the role of ICTs. *Media International Australia*, 145(1), 145-152.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. John Wiley & Sons.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Chilton, P., & Schäffner, C. (Eds.). (2017). *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse*. John Benjamins Publishing Company.
- Conover, M. D., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonçalves, B., Menczer, F., & Flammini, A. (2011). Political polarization on Twitter. In *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 89-96).
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ... & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Dubois, E., & Blank, G. (2020). The echo chamber is overstated: The moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 23(5), 710-729.
- Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2019). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, Communication & Society*, 22(5), 640-658.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320.
- Gibson, R. K., & McAllister, I. (2017). Populism, social media, and political communication. *Political Studies Review*, 15(3), 316-324.

- Graham, T., Broersma, M., Hazelhoff, K., & van't Haar, G. (2019). Between broadcasting political messages and interacting with voters: The use of Twitter during the 2010 UK general election campaign. *New Media & Society*, 21(11-12), 2549-2568.
- Gruzd, A., Wellman, B., & Takhteyev, Y. (2019). Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*, 63(6), 840-858.
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2020). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 6(14), eaay3539.
- Hernández-García, Á., & Díaz-Campo, J. (2020). The rise of YouTube: An exploratory analysis of user-generated content. *Social Media + Society*, 6(4), 2056305120974131.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- LaRose, R., Rifon, N. J., & Enbody, R. (2019). Political persuasion in social media advertising: A field experiment on the effects of ad variation on political attitudes and behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 399-419.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2020). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(4), 463-469.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I., & Boyd, D. (2011). The revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 1375-1405.
- Napoli, P. M. (2021). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin.



Sedighi, S., & Sattar, R. A. (2021). The influence of LinkedIn on individuals' employability. *Journal of Education and Work*, 1-17.

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

Tremayne, M. (2014). Anonymity, pseudonymity, and political participation online. *Information, Communication & Society*, 17(6), 693-706.

Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as social interaction*. Sage Publications.

Zhang, Y., Sun, Y., & Huang, L. (2019). User motivations and social media site adoption: A social capital perspective. *International Journal of Information Management*, 44, 29-43.