

# სოციალური მედიის როლი საზოგადოების აზრის ფორმირებაზე

შამილიშვილი ინგა

საბაშვილი გვანცა

შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბათუმი

DOI: <https://doi.org/10.52340/idw.2023.87>

**აბსტრაქტი.** მასობრივი კომუნიკაცია საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. ჟურნალისტიკა მიზნად ისახავს ინფორმაციის შეკრებას, დამუშავებას, გავრცელებას სხვადასხვა მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებით.

თანამედროვე მიდგომებმა, საშუალება მოგვცა შეგვეცვალა ინფორმაციის გავრცელების ხერხები, რამაც განაპირობა ციფრული მედიის ჩამოყალიბება. დიგიტალიზაციამ გაამარტივა ინფორმაციის მოპოვება, შესწავლა, დამუშავება და ანალიზი. ზემო აღნიშნულმა პროცესებმა თავისთავად განაპირობა, რომ შექმნილიყო სხვადასხვა სოციალური მედია პლატფორმა.

დიგიტალურმა მიდგომებმა განაპირობა სოციალური მედია პლატფორმების პოპულარობა. კონკრეტულად, ქართული მედია სივრცის კვლევამ გვაჩვენა, რომ ობიექტური მიდგომები კვლავ, დიდ გამოწვევად რჩება. ძირითადად, ქართული სოციალური მედია სივრცე დაკავებულია პროპაგანდის, დეზინფორმაციის, სიძულვილის ენის, პირადი ცხოვრების გამოაშკარავების და სხვადასხვა მავნე გამოწვევით.

სოციალური მედია საშუალებას გვაძლევს, რომ რეალური სამყარო მეტად გავითავისოთ და გავაანალიზოთ. სწორედ, მედიის საშუალებით, თითოეული ინდივიდი ხდება კომუნიკატორი, რომელიც ინფორმაციის გავრცელებით ქმნის ახალ ამბავს და საზოგადოებას საშუალებას აძლევს, თავად შეაფასოს აღნიშნული სიახლე. რა თქმა უნდა, სოციალური მედიის დანიშნულება წარმოადგენს, მიზნობრივი აუდიტორიის მოძიებას.

სოციალურმა მედიამ, ერთგვარად ზღვარი წაშალა გამოხატვის თავისუფლებისა და მედია ეთიკას შორის. დიგიტალური სივრცე საშუალებას აძლევს თითოეულ მედია ორგანიზაციას, რომ დაუფარავად და ობიექტურად გადმოსცეს ინფორმაცია.

საქართველოში არსებული მედია სივრცისი კვლევისას გამოიკვეთა ძირითადი პლატფორმები, როგორც არის „facebook“, „twitter“, „Instagram“.

თუმცა, თითოეულ სივრცეს განსხვავებული მიდგომა აქვს ინფორმაციის გავრცელების. დიფერენცირება ინფორმაციი ამ შემთხვევაში მარტივია. ჩამოთვლილთაგან ყველაზე პოპულარული ფეისბუქია, რომელიც ინფორმაციის მირების ჭარბ რაოდენობას გვტავაზობს. თუმცა, დეზინფორმაციის გავრცელებასაც მარტივად უწყობს ფეისბუქი. კონტროლირებადი არ არის და ინფორმაციის სანდოობაც ხშირ შემთხვევაში საეჭვო. ტვიტერტ წარმოადგენს იმ სოციალურ პლატფორმას, რომელსაც ინფორმაციის გადამოწმების თვალსაზრისით ხშირად ვიყენებთ. დეზინფორმაციისგან დაცული არცერთი სოციალური პლატფორმა არ არის, თუმცა ტვიტერი გამონაკლისია ამ შემთხვევაში. ინსტაგრამი, რომელიც თავდაპირველად გასართობ პლატფორმას წარმოადგენდა, დღეს ოფიციალურ მედია გვერდებსაც შევხვდებით, რომლებსაც საზოგადოებასთან ურთიერთობის კიდე ერთ საშუალებას იძლევა აღნიშნული ინფორმაციის გათვალისწინებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ დიგიტალიზაცია შეცვლა ჩვენი რეალობა, ინფორმაციის აღქმის სპეციფიკა და მისი გაანალიზება. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ მედიის

გვერდის ავლით ხშირად სოციალურ სივრცეში ქლედრება ინფორმაცია, რომელიც მედია ორგანიზაციებისთვის გაუგებარია. მართალია, საზოგადოების დიდი ნაწილი ეჭვის თვალთ უყურებს და გადამოწმების სხვადასხვა გზა ეძებს. თუმცა, ოფიციალურ მედია ორგანიზაციების გამოქვეყნების შემდეგ, ეჭვის საფუძველი აღარ არსებობს.

სპეციფიკიდან გამომდინარე შეგვიძლია გამოვყოთ მედიას რა როლი აკისრია სოციალურ სივრცეში. ერთი მხრივ ინფორმაციის გავრცელების და მეორეს მხრივ რეკლამირების ფუნქცია. კვლევისას საინტერესოდ მივიჩნიეთ დაგვესახელებინა რამდენიმე მაგალითი და შეგვესწავლა სახელმწიფოს მხრიდან რა ბერკეტები არსებობს, რომ ინფორმაციის გაფილტვრა/დამუშავება დაევალოთ მედია ორგანიზაციებს.

**საკვანძო სიტყვები:** მასობრივი კომუნიკაცია, სოციალური მედია, მედია ეთიკა, დეზინფორმაცია, პროპაგანდა, ობიექტურობა, დიგიტალიზაცია.

**საკითხის აქტუალობა** - ინტერნეტის ეპოქამდე ჟურნალისტები „მასმედია-მოდელებით“ მუშაობდნენ, ახალი ამბები ბეჭდური თუ სატელევიზიო მედით ვრცელდებოდა, თუმცა 2005 წელს ინტერნეტ ეპოქის დასაწყისმა სრულიად შეცვალა ვაითარება და სოციალური მედია გახდა ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი, რამაც მოახდინა რევოლუცია კომუნიკაციისა და ინფორმაციის გავრცელების პროცესში, ის იქცა საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების ერთ-ერთი მთავარი ძალად. სოციალური მედია პლატფორმები თავისი ფართო წვდომითა და ინტერაქტიული ფუნქციებით საზოგადოებას, ინდივიდებს აძლევს საშუალებას, გამოხატონ თავიანთი შეხედულებები, ჩაერთონ სხვადასხვა დისკუსიებში და გავლენა მოახდინონ ფართო საზოგადოებაზე.

სწორედ ამ ფაქტორებმა განაპირობა საკითხით დაინტერესება. შევეცადეთ გვეკვლია სოციალური მედიის მნიშვნელობა საზოგადოებისათვის და ამავე დროს საქართველოს მაგალითებზე გვეჩვენებინა მისი როლი ქართულ საზოგადოებაში.

**საკითხის განვითარება** - ტექნოლოგიურმა პროგრესმა შეცვალა როგორც ინფორმაციის გავრცელების ფორმები, ასევე მისი სიჩქარეც. დიგიტალიზაციის პროცესი ცხოვრების ყველა სფეროს შეეხო, რამაც გაამარტივა წვდომა ნებისმიერ ინფორმაციაზე, მისი მოპოვება, შესწავლა, დამუშავება და ანალიზი. ეს ყველაფერი კი განაპირობა მედიის ციფრულ პლატფორმებზე გადასვლამ, იგი დღევანდელი საზოგადოების განუყოფელ ნაწილად იქცა. ინტერნეტის გლობალური ქსელის შექმნამ სხვადასხვა სოციალური მედია პლატფორმის ჩამოყალიბება განაპირობა. „სოციალურ მედიას შეუძლია, ნებისმიერი აქციოს ამბის მთხრობლად. მიმების, ტრენდული თემებისა და უკანასკნელი ახალი ამბებით სავსე ლენტის მიღმა სოციალური მედია საშუალებას გაძლევს, შეაგროვო და გააზიარო ახალი ამბები. აქამდე ჟურნალისტებისთვის არასდროს ყოფილა ხელმისაწვდომი ამდენი ოფიციალური პირის განცხადებები და ადამიანური წყაროები. აქამდე არასდროს ჰქონიათ ჟურნალისტებს, როგორც ამბის მთხრობელებს, იმ საზოგადოებებთან ამდენი ინტერაქციის საშუალება, რომელსაც ემსახურებიან. და, შეიძლება ყველაზე მნიშვნელოვანი ისაა, რომ აქამდე არასდროს ჰქონია საზოგადოებას ამდენი ინფორმაციის მოხმარების საშუალება, იმ წყაროთი და იმგვარად, როგორც მას სურს“ (ფილაკი, 2023:189)

ამდენად სოციალურმა მედიამ ხშირ შემთხვევაში ჩაანაცვლა ტრადიციული მედიები, რის გამოც ბეჭდურმა, რადიო და ტელემედიებმა შექმნეს თავისი ციფრული კონტენტები, რომელიც მოარგეს საზოგადოების ინტერესებს. ერთი მხრივ სოციალურმა მედიამ განაპირობა ინფორმაციის სწრაფად და მარტივად გავრცელება, მეორე მხრივ კი ზღვარი წაშალა ობიექტურ

და სუბიექტურ მიდგომებს შორის. გამარტივდა არაზუსტი ინფორმაციის ვირუსული გავრცელება.

ქართული სოციალური მედია სივრცის კვლევამ გვაჩვენა, რომ მისთვის ობიექტური მიდგომები კვლავ, დიდ გამოწვევად რჩება. ქართული სოციალური მედია სივრცე დაკავებულია პროპაგანდით, დეზინფორმაციით, სიმულვილის ენით, პირადი ცხოვრების ასახვითა და სხვადასხვა მავნე გამოწვევით. სოციალური მედია საშუალებას აძლევს ნებისმიერ ადამიანს გამოხატოს თავისი მოსაზრებები, ეს კი ნიშნავს, რომ „შენ ქმნი მომხმარებელზე მორგებულ კონტენტს, როცა სტატუსის განახლებებს პოსტავ ან ვიზუალურ მასალას“ (ფილაკი, 2023; 191), მაგრამ ამავე დროს იგი ზრდის დეზინფორმაციისა და ყალბი ამბების გავრცელების რისკს, ეს კი თავისთავად გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე და იწვევს არასწორი გადაწყვეტილებების მიღებას.

დღეისთვის სოციალური პლატფორმები ახალ შესაძლებლობებს აძლევს ჟურნალისტებს, რათა სწრაფად გაავრცელონ ინფორმაცია და ეფექტურად დაამყარონ სამიზნე აუდიტორიასთან კავშირი. „პასიური მკითხველი, მაყურებელი და მსმენელი სულ უფრო და უფრო აქტიურად მონაწილეობს დიალოგში ჟურნალისტებსა და საზოგადოების დანარჩენ ნაწილს შორის. სოციალური მედია კი უფრო და უფრო მეტად იპყრობს ხალხის ყურადღებას: დროს, რომელიც, მაგალითად, რადიოს ეთმობოდა, ახლა მთლიანად იკავებს ფეისბუქი, ტვიტერი, ინსტაგრამი, იუთუბი და ვოტსაპი“ (სოციალური მედიის ანალიზი, 2019: 4) ამ მიმართულებით არაერთ ქვეყანაში ჩატარდა კვლევა, რომელმაც ერთმნიშვნელოვნად დაადასტურა, რომ დღეს სოციალური მედიის პლატფორმები ყველაზე აქტუალურია. მაგალითად აშშ-ში ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ყველაზე პოპულარული „ზრდასრულ მოსახლეობას შორის არის ფეისბუქი 69% და იუთუბი 73%. ზოგიერთი სოციალური მედიის საიტის მოხმარება მაღალია ახალგაზრდებში 18-29 წლამდე, მაგალითად – ინსტაგრამი 67% და სნეკჩეტი 62%. სხვა პოპულარული საიტებია პინტერესტი, ლინკდინი და ტვიტერი“ (ფილაკი, 2023: 191).

სოციალური მედიისთვის მნიშვნელოვანია მიზნობრივი აუდიტორიის მოძიება, ვინაიდან სწორედ ამ პლატფორმების საშუალებით, თითოეული ინდივიდი ხდება კომუნიკატორი, რომელიც ინფორმაციის გავრცელებით ქმნის ახალ ამბავს და სთავაზობს საზოგადოებას. ის კი თუ როგორ ინტერესს გამოიწვევს შენი ამბავი დამოკიდებულია წერის უნარებსა და ვიზუალიზაციაზე. ერთი მხრივ ინდივიდი ადვილად მოიპოვებს ინფორმაციას, მაგრამ ის, თუ როგორ გადაამუშავებს, როგორ აქცევს საკუთარ ამბად და როგორ გამოიყენებს გონებრივ იერიშს, რომ „ნიუსის“ მიმართ ინტერესი გაამძაფროს, უკვე ავტორის ოსტატობაზეა დამოკიდებული. ამავე დროს იგივე სოციალური მედიის დილემად იქცა ეთიკურობის დაცვა, რაც ხშირად გამოხატვის თავისუფლებას უკავშირდება.

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ სოციალური მედია პლატფორმები იყენებენ ალგორითმებს, რომლებიც ამუშავებენ მომხმარებლის „პრეფერენციებისა“ და ჩართულობის შაბლონების კონტენტს. ამ ალგორითმულმა მიკერძოებამ შესაძლოა გავლენა იქონიოს პოზიციის ჩამოყალიბებაზე. ალგორითმული სისტემები შექმნილია მომხმარებლის ჩართულობის მაქსიმალურად გაზრდის მიზნით და მათ შეუძლიათ უპირატესობა მიანიჭონ კონტენტს, რომელიც გამოიმუშავებს ძლიერ ემოციურ პასუხებს. ეს იწვევს ექსტრემალური ან სენსაციური შინაარსის გაძლიერებას, რამაც შეიძლება შეცვალოს მოსაზრებები და გამოიწვიოს დისკუსია საზოგადოების წევრებს შორის. ალგორითმული მიკერძოების პოტენციური უარყოფითი ეფექტების შესამცირებლად აუცილებელია მედია პლატფორმებისთვის პრიორიტეტული იყოს გამჭირვალობა და ანაგრიშვალდებულება. გარდა ამისა,

მედიაწიგნიერებისა და კრიტიკული აზროვნების უნარების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა შესაძლებლობას მისცემს საზოგადოების წევრებს გააცნობიერონ პოტენციური ინფორმაციის მიკერძოებები და გააანალიზონ მათ მიერ მოპოვებული ინფორმაცია.

სოციალურმა მედიამ შეცვალა პოლიტიკური დისკურსი და საარჩევნო კამპანიების წარმართვაც, რაც პოლიტიკოსებს ამომრჩეველთან პირდაპირი წვდომის საშუალებას აძლევს. ისეთი პლატფორმები, როგორებიცაა „Facebook“ და „Twitter“ გამოიყენება პოლიტიკური პოზიციებისა და შეტყობინებების კონკრეტული აუდიტორიისათვის მიზანმიმართულად და სწრაფად გასავრცელებლად, საზოგადოების აზრის გასაკონტროლებლად. „COVID-19“-ის პანდემიამ დაგვანახა, რომ სოციალურმა მედიამ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა სხვადასხვა ასპექტით კრიზისის მართვასა და საერთო საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში. ისეთი პლატფორმები, როგორებიცაა, „Facebook“, „Twitter“ და „YouTube“, ხელს უწყობდნენ ვირუსის პრევენციული ზომებისა და ვაქცინაციის კამპანიების დაგეგმვასა და განხორციელებას. თუმცა, ამავდროულად ისინი გახდნენ დეზინფორმაციისა და სხვადასხვა ცრუ თეორიების გავრცელების საფუძველიც, რამაც გამოიწვია საზოგადოების გარკვეული ნაწილის დაბნეულობა და სკეპტიციზმი. სოციალური მედიის უნარმა, გაავრცელოს როგორც ზუსტი ინფორმაცია, ასევე გახდეს დეზინფორმაციის წყარო, მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა საზოგადოებრივ პოზიციაზე, როგორც ვაქცინის ეფექტურობის, ასევე მთავრობისა და საზოგადოებრივი ჯანდაცვის პოლიტიკაზე. ეს ყველაფერი კი იქცა რეალობად როგორც საქართველოს მასშტაბით, ასევე გლობალურად. თუმცა უნდა ითქვას ისიც, რომ სოციალურმა მედიამ დადებითი გავლენა იქონია ბევრი ადამიანისათვის საკუთარი თავისა რეალიზებაში. სოციალური დისტანცირების დროს მათ შეძლეს ეს პლატფორმები საკუთარი შესაძლებლობების გასასაჯაროებლად გამოეყენებინათ, ამით კი სოციალიზაციის აუცილებლობა ჩაენაცვლებინათ.

სოციალური მედიის როლზე საუბრისას შეგვიძლია დავაკვირდეთ სააქართველოს ბოლოდროინდელ მოვლენებს, რომელიც შეეხებოდა კანონპროექტს უცხოელი „აგენტების“ შესახებ. იგი სოციალურ მედიაში გარკვეული პერიოდის მანძილზე გახდა განხილვის მთავარი თემა, მნიშვნელოვნად შეცვალა და ჩამოაყალიბა საზოგადოებრივი აზრი, მათ შორის მასობრივი საპროტესტო გამოსვლები. კანონპროექტის ორივე ვარიანტი უცხოეთის აგენტებად დარეგისტრირებას ავალდებულებდა არასამთავრო ორგანიზაციებს, კერძო პირებს, რომლებიც ფინანსდებოდნენ/ფინანსდებიან უცხოური ორგანიზაციების მიერ. ერთი მხრივ კანონპროექტის მხარდამჭერები ამტკიცებდნენ, რომ იგი უზრუნველყოფდა გამჭვირვალობასა და ანგარიშვალდებულებას, ხოლო მეორე მხრივ კრიტიკოსები ამტკიცებდნენ, რომ იგი ზღუდავდა სიტყვის თავისუფლებას და მიზნად ისახავდა ხელისუფლების მიერ არაკონტროლირებად ორგანიზაციებზე მართვის ბერკეტის შექმნას. აღნიშნულ საკითხზე არაერთი დებატი გაიმართა სოციალური მედიის სხვადასხვა პლატფორმაზე, სადაც ვრცელდებოდა მოსაზრებები, ქვეყნდებოდა ახალი ამბები საკითხის ირგვლივ და იმართებოდა ონლაინ დისკუსიები. ეს კონკრეტული ფაქტი თვალსაჩინო მაგალითია იმისა, რომ დღეს სოციალური მედია იქცა იმ ძლიერ იარაღად, რომელსაც შეუძლია საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბება და მისი გავლენა, მუდმივად ზრდადია.

### **ზოგადი დასკვნები**

სოციალური მედია იქცა იმ ციფრულ ინსტრუმენტად, რომელიც მომხმარებელს აძლევს საშუალებას სწრაფად შექმნას ამბავი და გაუზიაროს იგი საზოგადოებას, გამოეთქვას საკუთარი შეხედულებები და მოახდინოს კონკრეტულ მიზანზე კონცენტრირება. გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს სოციალური მედიის პლატფორმებზე გაზიარებული ინფორმაციის

კრიტიკულად შეფასება და საწინააღმდეგო პოზიციის პატივისცემა, რაც მნიშვნელოვანია ობიექტური მოსაზრების ჩამოყალიბებისთვის.

საკითხის ანალიზმა გვიჩვენა, რომ თითოეულ სოციალურ სივრცეს ინფორმაციის გავრცელების განსხვავებული მიდგომა აქვს. თუმცა აქტუალური ხდება ინფორმაციის გადამოწმება, რაც დეზინფორმაციის გავრცელების პრევენცია უნდა გახდეს. სოციალური მედია პლატფორმები კი ნაკლებად კონტროლდება, რაც ინფორმაციის სანდოობას ხშირ შემთხვევაში ეჭვქვეშ აყენებს.

ტექნოლოგიური პროცესების განვითარებამ, დიגיტიზაციამ შეცვლა რეალობა, ინფორმაციის აღქმის სპეციფიკა და მისი გაანალიზების პროცესი. სოციალური მედია ერთგვარ მოდერატორად იქცა, რომელმაც ერთი მხრივ შეძლო კონკრეტული საკითხების ირგვლივ გაერთიანებინა საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტი და მეორე მხრივ, კი მათი დაყოფა განახორციელა. ინფორმაციის უწყვეტი ნაკადის საჯაროობამ გამჭირვალე და ხელმისაწვდომი გახადა მსოფილო პროცესები, რაც საზოგადოების თითოეულ წევრს აძლევს შესაძლებლობას თავად იყოს ამ პროცესების უშუალო მონაწილე, თავად გახდეს კონკრეტულ მომხმარებელზე ორიენტირებული კონტენტის შემქმნელი და მოახდინოს საკუთარი პოზიციის სოციალიზაცია.

#### ლიტერატურა:

1. სოციალური მედიის ანალიზი; პრაქტიკული გზამკვლევი ჟურნალისტებისა და სხვა მედია მედიაპროფესიონალებისთვის.

[DWA Social Media Analytics-Georgian-Guidebook 11082021-1.pdf](#)

2. ფილაკი, ვ. (2023). კონვერგენტული ჟურნალისტიკა (შესავალი); წერა და პროდიუსირება მედიაში. ბათუმი.

3. ჯორბენაძე, ს. (2019). სოციალური მედიის სამართალი. თბილისი.

### **The role of social media in shaping public opinion**

**Shamilishvili Inga**

**Sabashvili Gvantsa**

Shota Rustaveli State University, Batumi

#### **Abstract**

Mass communication plays an important role in shaping public opinion. Journalism aims to collect, process, and distribute information through various mass communications. Even in the early years, predecessors tried to spread information through various means.

Modern approaches have allowed us to change the ways of information dissemination. The modern world has led to the formation of digital media. Digitization has simplified the acquisition, study, processing and analysis of information. The above mentioned processes have formed the social media platform.

Digitalization has led to the popularity of social media platforms. The research of the Georgian media space showed us that objective approaches still remain a big challenge. Basically,

the Georgian social media space is busy with propaganda, disinformation, hate speech, exposure of personal life and various challenges.

Social media allows us to understand and analyze the real world more.

Through social media, each individual becomes a communicator who, by spreading information, creates a new story and allows society to evaluate the said news itself.

Of course, the purpose of social media is to find a target audience.

Social media has somehow blurred the line between freedom of expression and media ethics.

The digital space allows each media organization to convey information openly and objectively.

During the study of the research topic, a modern approach to information reporting, which contradicts the principles of media ethics, was clearly identified.

Mass communication, whose unconditional purpose is to inform the public with accurate and unbiased information, is often criticized because it can be subject to bias, manipulation and the spread of disinformation. Developing media literacy skills, knowledge of information sources, and engaging in diverse media consumption play a critical role in the effective advancement of mass communication.

Based on the above, mass communication is presented as a link between society and individuals, providing a platform for sharing ideas, raising awareness and public advocacy.

**Keywords:** Mass communication, Social Media, Media Ethics, Disinformation, Propaganda, Objectivity, Digitalization.