

სოციალური მედიის, როგორც წინასაარჩევნო კამპანიის კომპონენტის  
გავლენა საპრეზიდენტო არჩევნების შედეგებზე  
ბრაზილიის და უკრაინის მაგალითზე  
(2018-2019 საარჩევნო წლებში)

თამარ მაისურაძე

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

პოლიტიკის მეცნიერება (საერთაშორისო ურთიერთობები)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: პოლიტიკის მეცნიერების ასოცირებული პროფესორი ნინო  
ფავლენიშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2021

## განაცხადი

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

თამარ მაისურაძე

25.06.2021

## მადლობა

განსაკუთრებულ მადლობას ვუხდით ჩემს ლექტორს და აკადემიურ ხელმძღვანელს, ქალბატონ ნინო ფავლენიშვილს, რომლის საგულისხმო რჩევის წყალობით, დისციპლინათაშორის კვლევაზე მუშაობა გადავწყვიტე.

ამავდროულად, დიდი მადლობა მინდა ვუთხრა ილიას უნივერსიტეტის ლექტორებს: ქალბატონ თამარ პატარაიას, რომლის დადებითმა შეფასებამ, სწავლების I კურსზე დიდი მოტივაცია მომცა; ქალბატონ თათია რაზმაძეს და ქალბატონ ნინო ნატროშვილს, რომლებმაც, წინამდებარე სადიპლომო ნაშრომთან დაკავშირებით, სასარგებლო რჩევები არ დაიშურეს.

## აბსტრაქტი

ინტერნეტისა და სოციალური მედიის მოხმარების ზრდა და მათი საშუალებით ინფორმაციის გაცვლა, ზეგავლენას ახდენს ადამიანების ქცევასა და გადაწყვეტილების მიღების ფორმებზე.

წინამდებარე ნაშრომის მიზანია გამოიკვლიოს, თუ როგორ გამოიყენეს ვოლოდომირ ზელენსკიმ და ჟაირ ბოლსონარუმ სოციალური მედია მათი წინასაარჩევნო კამპანიის კომპონენტად და რა როლი ითამაშა ტრადიციული მედიიდან სოციალურ მედიაში ტრანზიციამ არჩევნების შედეგებზე.

კვლევიდან ჩანს, რომ ორივე ქვეყანაში, სოციალური მედია ძირითადად გამოიყენებოდა არა ცალმხრივი კომუნიკაციისთვის, არამედ, პოლიტიკოსებსა და ამომრჩეველს შორის ინტერაქციისთვის; ასევე, ახალი ამბების, პოლიტიკური შეტყობინებების, ფოტოების, ვიდეოების, დეზინფორმაციისა და „fake news“-ების გასავრცელებლად.

მიუხედავად იმისა, რომ საპრეზიდენტო კანდიდატები ელექტორატზე ზეგავლენის მოსახდენად, სხვადასხვა საარჩევნო სტრატეგიას იყენებდნენ, მათ მიერ განხორციელებულ პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე ამომრჩევლების რეაგირება ერთნაირი აღმოჩნდა-კვლევაში დასტურდება საპრეზიდენტო კანდიდატების სოციალურ ქსელში აქტიურობასა და არჩევნების შედეგებს შორის მაღალი კორელაცია,-არჩევნების შედეგებით, სოციალურ მედიაში მაღალი ჩართულობის მქონე კანდიდატებმა ხმათა უმრავლესობა მოიპოვეს.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** საპრეზიდენტო არჩევნები, წინასაარჩევნო კამპანია, სოციალური მედია, პოლიტიკური კომუნიკაცია, პოლიტიკური პიარი, პოლიტიკური მარკეტინგი, ვოლოდომირ ზელენსკი, ჟაირ ბოლსონარუ, უკრაინა, ბრაზილია.

## Abstract

The increased use of the Internet and social media and the exchange of information through their means influences people's behavior and decision-making forms.

The purpose of this thesis is to investigate how Volodymyr Zelensky and Jair Bolsonaro used social media as a major component of their election campaigns and how did the transition from traditional media to social media affect the election results.

Research shows that in both countries, social media was used not only for one-way communication, but for discussion and interaction between politicians and voters; for disseminating news, political messages, photos, videos, misinformation and fake news.

Although the presidential candidates used different strategies to influence the electorate, the voter response to their political communication was the same - the study confirms the high correlation between the presidential candidates' activity in the social network and the election results – according to the election outcome, the candidates with high social media involvement won the elections with the majority of votes.

**Keywords:** Presidential Elections, Pre-election campaign, Social Media, Political Communication, Political PR, Political Marketing, Volodymyr Zelensky, Jair Bolsonaro, Ukraine, Brazil.