ანტიდასავლური პროპაგანდის და მედიის მოხმარების ტიპის გავლენა მოსახლეობის საგარეო პოლიტიკური ორიენტაციის ფორმირებაზე

გიორგი ლომსაძე

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე

საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

სამაგისტრო ნაშრომის სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირინე ჭელიძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2025

განაცხადი

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

გიორგი ლომსაძე

თარიღი - 14/05/2025

სარჩევი

შესავალი 7

თავი I. ლიტერატურის მიმოხილვა 12

1.1. ანტიდასავლური პროპაგანდის კონცეპტუალური ანალიზი, მექანიზმები და კვლევის ძირითადი მეთოდები 12

1.2. მედიის გავლენის თეორიები და მედია მოხმარების როლი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში 15

1.3. საგარეო პოლიტიკური ორიენტაციის ფორმირებაზე მოქმედი ფაქტორები: პროპაგანდის, მედიის და სხვა ასპექტების ურთიერთკავშირი საქართველოში 19

1.4. პროპაგანდის ზემოქმედების მექანიზმები: კოგნიტური დისონანსი, სოციალური იდენტობის თეორია და ჯგუფთაშორისი აღქმები 23

1.5. აუდიტორიის მოწყვლადობის ფაქტორები პროპაგანდისადმი 27

1.6. საქართველოს საინფორმაციო გარემოს მახასიათებლები: მედია ბაზრის სტრუქტურა, მედია მფლობელობა და გავლენა შინაარსზე 32

თავი II. მეთოდოლოგია 41

2.1. კვლევის ტიპი 41

2.2. კვლევის მეთოდი და მისი რელევანტურობა 42

თავი III. კვლევის პროცედურა - მონაცემთა შეგროვება და ანალიზი 43

3.1. კვლევის შეზღუდვები 44

თავი IV. კვლევის შედეგები 45

4.1 შესავალი 45

4.2 შერჩევის აღწერა 46

4.3 შედეგების შინაარსის წარდგენა და აღწერა 47

4.4 დასკვნა 53

თავი V. შედეგების ინტერპრეტაცია/დისკუსია 55

დასკვნა 64

ბიბლიოგრაფია: 67

დანართები 72

ანოტაცია

წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომი ეძღვნება ანტიდასავლური პროპაგანდის ზემოქმედებისა და მედიის მოხმარების თავისებურებების გავლენის შესწავლას საქართველოს მოსახლეობის საგარეო პოლიტიკური ორიენტაციის ფორმირებაზე. კვლევის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენდა ამ ფაქტორების ურთიერთკავშირისა და საზოგადოებრივ შეხედულებებზე მათი შესაძლო გავლენის სიღრმისეული ანალიზი.

კვლევა ეფუძნება რაოდენობრივ მეთოდოლოგიას, რომლის ფარგლებშიც მონაცემთა შეგროვება განხორციელდა ონლაინ კითხვარის მეშვეობით. გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო საქართველოს 102-მა სრულწლოვანმა მოქალაქემ, ხოლო მიღებული მონაცემები დამუშავდა აღწერილობითი სტატისტიკის მეთოდებით.

კვლევის ძირითადი შედეგების თანახმად, სოციალური ქსელები ახალი ამბების მიღების უნივერსალურ (100% მოხმარება) და ყველაზე ინტენსიურად გამოყენებად წყაროს წარმოადგენს, რომელიც, ამავდროულად, მაღალი ნდობით (58.8%) სარგებლობს რესპონდენტებში. გამოვლინდა, რომ მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი რეგულარულად (53.9% "ხშირად" ან "ზოგჯერ") ექვემდებარება ანტიდასავლური შინაარსის ინფორმაციას, უმეტესწილად (95.1%) სწორედ სოციალური ქსელების საშუალებით. საგარეო პოლიტიკური ორიენტაციის კუთხით, მიუხედავად იმისა, რომ პროდასავლურ კურსს რესპონდენტთა 45.1% უჭერს მხარს, აღსანიშნავია, რომ მოსახლეობის ნახევარზე მეტი (51.9% ჯამში) ნეიტრალურ ან პრორუსულ პოზიციას ანიჭებს უპირატესობას. საყურადღებოა, რომ მკაფიოდ გამოხატული ანტიდასავლური ნარატივები, როგორიცაა "დასავლეთი ემუქრება საქართველოს ტრადიციებს" ან "რუსეთი ტრადიციული მოკავშირეა", ფართო მხარდაჭერით არ სარგებლობს (შესაბამისად, 11.7% და 9.8% ეთანხმება). ამასთან, რესპონდენტთა აბსოლუტური უმრავლესობა (98%) მიიჩნევს, რომ საქართველო ანტიდასავლურ პროპაგანდას არაეფექტიანად ან საშუალო დონეზე ებრძვის.

კვლევის შედეგები მიუთითებს, რომ ანტიდასავლური პროპაგანდა, რომელიც უმეტესად მაღალი ნდობით აღჭურვილი სოციალური მედიით (Facebook, Tiktok, Instagram) ვრცელდება, ქმნის საინფორმაციო გარემოს, რომელსაც პოტენციურად შეუძლია ზეგავლენა მოახდინოს საზოგადოების საგარეო პოლიტიკურ არჩევანზე.

საკვანძო სიტყვები: ანტიდასავლური პროპაგანდა, მედიის მოხმარება, საგარეო პოლიტიკური ორიენტაცია, საქართველო, სოციალური მედია, საზოგადოებრივი აზრი, დეზინფორმაცია.

Annotation

This master's thesis is devoted to the study of the impact of anti-Western propaganda and the peculiarities of media consumption on the formation of the foreign policy orientation of the Georgian population. The main goal of the study was an in-depth analysis of the interrelationship of these complex factors and their possible impact on public views.

The study is based on a quantitative methodology, within the framework of which data collection was carried out through an online questionnaire. 102 adult citizens of Georgia participated in the survey, and the data obtained were processed using descriptive statistical methods.

According to the main results of the study, social networks are a universal (100% consumption) and the most intensively used source of receiving news, which, at the same time, enjoys high trust (58.8%) among respondents. It was revealed that a significant part of the population is regularly (53.9% "often" or "sometimes") exposed to anti-Western information, mostly (95.1%) through social networks. In terms of foreign policy orientation, although 45.1% of respondents support a pro-Western course, it is noteworthy that more than half of the population (51.9% in total) prefer a neutral or pro-Russian position. It is noteworthy that clearly expressed anti-Western narratives, such as "the West threatens Georgian traditions" or "Russia is a traditional ally", do not enjoy wide support (11.7% and 9.8% agree, respectively). In addition, the absolute majority of respondents (98%) believe that Georgia is fighting anti-Western propaganda ineffectively or at an average level.

The results of the study indicate that anti-Western propaganda, which is mostly spread through highly trusted social media, creates an information environment that can potentially influence the public's foreign policy choices. This highlights the critical importance of increasing media literacy and developing effective strategies to combat disinformation in order to ensure the sustainability of Georgia's foreign policy course.

Keywords: anti-Western propaganda, media consumption, foreign policy orientation, Georgia, social media, public opinion, disinformation.