

სოციალურ მედიაში გავრცელებული ცრუ ინფორმაციის ზეგავლენა
ქართული საზოგადოების აზრის ფორმირებაზე

ანა გელაშვილი

ქეთევან ცხადაძე

გოგა საათაშვილი

ჯგუფი #6

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე*

პროექტის ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2020

განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.

ანა გელაშვილი

ქეთევან ცხადაძე

გოგა საათაშვილი

აბსტრაქტი

სოციალური მედიის განვითარებამ ნებისმიერი ადამიანისთვის გაამარტივა ინფორმაციის გავრცელება, გაზიარება, მიღება. ყოველდღიურობაში კი სხვადასხვა ტიპის ინფორმაციებისგან ნამდვილის და ყალბის გარჩევა რთული ხდება. ცრუ ინფორმაციას ადამიანების აზროვნებასა და ქცევაზე დიდი ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია, ამიტომაც მას მრავალი კომპანია თუ ორგანიზაცია მიმართავს

კვლევის მიზანს წარმოადგენს სოციალურ მედიაში გავრცელებული ცრუ ინფორმაციის გავლენის შესწავლა ქართული საზოგადოების აზრის ფორმირებაზე, შეხედულებებსა და ქცევაზე. გარდა ამისა დაადგინოს PR-ისა და მარკეტინგის სფეროს წარმომადგენლების დამოკიდებულება.

საკითხის აქტუალობას ამტკიცებს სამეცნიერო ლიტერატურაში წარმოდგენილი ნაშრომები, რომლებშიც განხილულია ფსიქოლოგიური ფაქტორები, სოციალური მედიის გავლენა მომხმარებლებზე და ყალბი ამბებისა თუ ექსპუნტების ამოცნობის მექანიზმები.

შედეგებისა და მიზნების მიღწევისთვის შექმნილია ეფექტური მეთოდოლოგია - რაოდენობრივი კვლევა, როგორც საზოგადოებისთვის, ასევე PR-ისა და მარკეტინგის სფეროს წარმომადგენლებისთვის, ასევე სიმულაციური ვებგვერდი და Facebook გვერდი.

204 ადამიანისა და 36 სფეროს წარმომადგენელ რესპოდენტისგან პასუხი გაეცა ნაშრომისთვის საინტერესო ყველა საკვლევ საკითხს. გარდა ამისა, სიმულაციური ცდის შედეგებმაც გაამართლა საკითხისადმი შეხედულებები.

დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ კვლევა შედგა და მიზნები მიღწეულია. ასევე ჩამოყალიბდა რამდენიმე დებულება. სოციალურ მედიაში საქართველოს მოსახელობაზე გავლენილი ცრუ ინფორმაციები ხშირია. ყველაზე მეტად ყალბი ინფორმაციები ვრცელდება Facebook-ზე. საზოგადოების დიდი ნაწილი ვერ ასხვავებს ნამდვილ და ცრუ მასალებს და ეს ერთ-ერთი დიდი გამოწვევაა. საზოგადოებას აქვს მცირე გამოცდილება, როგორ ამოიცნოს ცრუ ინფორმაცია, მაგრამ პრაქტიკაში ვერ

ანხორციელებს. ქართული საზოგადოება ექცევა ცრუ ინფორმაციის ზეგავლენის ქვეშ და ეს მისი წევრების ქმედებებზე, აზროვნებასა და დამოკიდებულებებზე დიდ გავლენას ახდეს.

კვლევა შედეგიანია და ცხადყოფს ცრუ ინფორმაციის გავრცელების პრობლემის აქტუალობას საქართველოში.

საკვანძო სიტყვები: ცრუ ინფორმაცია, დეზინფორმაცია, სოციალური მედია, მარკეტინგი, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, კონფორმიზმი, ყალბი ექაუნთები.

Abstract

The development of social media has made it easier for anyone to spread, share and receive information. In everyday life, it becomes more difficult to distinguish between true and false from different types of information. False information can have a profound effect on people's thinking and behavior, so it is used by many companies and organizations.

The aim of the research is to study the impact of spreading false information on social media on the formation of the views and behavior of Georgian society. In addition, determine the attitudes of PR and marketing professionals.

The actuality of the issue is confirmed by the papers presented in the scientific literature that discuss psychological factors, the impact of social media on users and the mechanisms for identifying fake news or accounts.

To achieve the right results and goals, and effective methodology has been developed - quantitative research for the public as well as for PR and marketing, also a simulation website and Facebook page.

204 people and 36 respondents from all walks of life answered all the research questions of interest to the paper. In addition, the results of the simulation experiment justified the hypotheses and views on the issue.

In a conclusion, it should be noted that the study was conducted and the objectives were achieved. Several provisions have also been established. False information that aims Georgian society is frequent on social media. The fakest information is spread on Facebook. A large part of society cannot distinguish between real and false information and this is one of the big challenges. The public has little experience in identifying false information, but in practice it fails to do so. Georgian society is under the influence of false information and this has a great impact on the behavior , thinking and attitudes of its members.

The research is effective and reveals what challenges can be caused by spreading false information.

Keywords: false information, misinformation, social media, marketing, public relations, conformism, fake accounts.