

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

პოლიტიკის მეცნიერება

სოფიკო ტაბატაძე

პოლიტიკური პოლარიზაცია და მედია დღის წესრიგი
(საქართველოში რუსეთ-უკრაინის კრიზისის გაშუქების
მაგალითზე)

ნაშრომი შესრულებულია პოლიტიკის მეცნიერების ბაკალავრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: სალომე დუნდუა

პოლიტიკის მეცნიერების ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2022

ანოტაცია

რუსეთ-უკრაინის კრიზისმა ევროპის მისადგომებთან 2022 წლის 24 თებერვალს ახალი ცხელი კერა შექმნა. მსოფლიო მოთამაშეები იძულებულები გახდნენ მათი პოლიტიკური კურსისთვის გადაეხედათ. შეიარაღებულ დაპირისპირებას რეგიონში ერთგვარი დამაბულობის ფაზა უძღვებოდა წინ. საქართველოში, როგორც რუსეთ-უკრაინის კრიზისის, ისე მისი ესკალაციის შემდგომ, შეიქმნა მთელი რიგი ეკონომიკური და გეოპოლიტიკური გამოწვევები. ამიტომაც, საინტერესოა პოლარიზებული გარემოს ფონზე ადგილობრივი პოლიტიკური ძალების საპასუხო ქმედებები რეგიონში განვითარებულ მოვლენებთან დაკავშირებით.

მოცემული კვლევა მიზნად ისახავს შეისწავლოს, გამოკვეთოს მთავარი კონტურები რუსეთ-უკრაინის კრიზისის ფონზე ქართული პოლიტიკის ორი მთავარი აქტორისა („ქართული ოცნებისა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ პარტიები) და მათთან დაკავშირებული მედიის საქმიანობის შესახებ.

2022 წლის 12 იანვრიდან- 28 თებერვლის შუალედით კრიზისის თემაზე შესწავლილი იქნა პარტია „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ „Facebook“ გვერდები და მათთან აფილირებული ტელევიზიები („იმედი“, „მთავრი არხი“ და შედარებით ნეიტრალური- საზოგადოებრივი მაუწყებელი).

კვლევა ეყრდნობა თვისებრივ და რაოდენობრივ კონტენტ-ანალიზს. ვინაიდან, საკვლევი საკითხი გარკვეულწილად ახალია გამოიკვეთა საინტერესო მიდგომები რეგიონში შექმნილი დამაბულობის თემაზე პოლიტიკურ პოლარიზაციასა და მედიის დღის წესრიგს შორის ურთიერთკავშირზე.

სარჩევი

შესავალი.....	4
I. თავი: პოლიტიკისა და მედიის ურთიერთკავშირის თეორიული ასპექტები	12
1.1 პოლიტიკური ელიტისა და მედიის ურთიერთობის კონცეფციები.....	12
1.2. მოსახლეობაზე ზემოქმედების მეთოდები	16
II. თავი: თვისებრივი კვლევის შედეგები	19
2.1 „ქართული ოცნების“ „Facebook“ კონტენტი.....	19
2.2 „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ „Facebook“ კონტენტი.....	21
2.3 საკვლევი ტელევიზიების გზავნილები.....	24
III. თავი: რაოდენობრივი კვლევის შედეგები	32
3.1 „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ პარტიის „Facebook“ გვერდები.....	32
3.2 საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედის“ ტელევიზიისა და „მთავარი არხის“ მონაცემები	33
კვლევის მიგნებები	38
დასკვნა	41
ბიბლიოგრაფია.....	43

შესავალი

საკითხის აქტუალობა

„იქ სადაც ერთი მხარე ზიზლითაა აღვსილი, ხოლო მეორე- იჭკით, შეუძლებელია წაყოფიერი თანამშრომლობა“ (მაკიაველი, 2012.133). სახელმწიფოში მსგავს გამოწვევას, სწორედ, პოლიტიკური პოლარიზაციის მაღალი დონე ქმნის. როგორც მკვლევრები, ემილი კუბინი და კრისტიან ფონ სივორსკი, წერენ 2012 წლიდან დღემდე ევროპაში, აშშ-ში და აზიაში პოლარიზაციის დონე მკვეთრად გაიზარდა, რაც მედიის საქმიანობაშიც გამოიხატა (Kubin & Sikorski, 2021). მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები ჩამოყალიბებიდანვე პოლიტიკურ იარაღად გამოიყენებოდა. მაგ: 1704 წელს აშშ-ში პირველი გაზეთი გამოიცა და 1810 წლისთვის ბეჭდურიმედიის 50% პოლარიზებული იყო (მაცაბერიძე, 2015). ჰეივუდის თქმით კი, ინტერნეტისა და ტელევიზიის აუდიტორია ვირუსულად იზრდება (ჰეივუდი, 2004). მაგალითად, საქართველოში კავკასიის ბარომეტრის კვლევის (2022) მიხედვით, მოსახლეობისთვის 94% მოიხმარს “Facebook”- პლატფორმას ხოლო, მათთვის ინფორმაციის პირველი წყარო ძირითადად ტელევიზიაა (2017). ამიტომაც, ხშირად, პოლიტიკური აქტორები მოსახლეობაში სასურველი განწყობის შესაქმნელად ტელევიზიებს მიმართავენ. ტელემედია კი, აუდიო-ვიზუალური ეფექტებით მოსახლეობის ცნობიერსა და ქვეცნობიერზე ზემოქმედებს (მაცაბერიძე, 2015) ვინაიდან, *“ადამიანები საერთოდ ხედვას უფრო მეტ ანგარიშს უწევენ მსჯელობისას, ვიდრე შეხების გრძნობას, რაკილა ხედვით, მაშინ როდესაც უშუალოდ ცოტანი თუ ეხებიან მთავარს“* (მაკიაველი.2010.147). გარდა ამისა, პოლიტიკური პარტიები მათი გადაწყვეტილებების ლეგიტიმიზაციისთვის სოციალურ მედიასაც (მაგ: პარტიის “Facebook” გვერდი) აქტიურად იყენებენ (Stieglitz, Brockmann & Xuan, 2012).

პოლიტიკის მეცნიერების მკვლევრები, შ.იენგარი და დ.კინდერი (2010), აღნიშნავენ, რომ კონფლიქტურ სიტუაციებში მოსახლეობას საკითხზე ჩამოყალიბებული პოზიცია არ აქვს და მედიის როლი განუხრელად იზრდება. ამ დროს მას შეუძლია ეფექტურად რბილი ძალის მეთოდით მოქალაქეებს „მზა“ ინფორმაცია თავს მოახვიოს. შესაბამისად, საინტერესოა რუსეთ-უკრაინის დამაბულობის ფონზე მედიის გამოყენებით საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესების კვლევა. ვინაიდან, ამ კრიზის

შედეგად, რომელიც 2022 წელის 24 თებერვალს ახალ ომში გადაიზარდა (reuters, 2022), გლობალიზაციის ფენომენის „ზეტერიტორიალურობის“ (შოლტე, 2004) გამო, როგორც მსოფლიო, ისე საქართველო კომპლექსური გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდნენ. საერთაშორისო არენაზე ძალთა წონასწორობის საფრთხე შეიქმნა (Nye, 2022), რაც განსაკუთრებით საშიშია „პატარა“ ქვეყნებისთვის (ბული, 2003). რუსეთ-უკრაინის დამაბულობამ ჩვენ სახელმწიფოს კი, როგორც გეოპოლიტიკური, ისე ეკონომიკური გამოწვევები შეუქმნა. მაგალითად, მოლაპარაკებების წარმოებისას მოსკოვის ერთ-ერთი მოთხოვნა იყო- ნატოს სამხედრო თანამშრომლობის შეწყვეტა საქართველოსა და სხვა პოსტსაბჭოთა ქვეყნებთან (CNN, 2022). ასევე, საქართველოს ეკონომიკა არსებითადაა დამოკიდებული, როგორც რუსეთზე, ისე უკრაინაზე (Gip, 2022). მსგავსი საერთაშორისო დღის წესრიგის ფონზე საინტერესოა ქართული პოლიტიკის ორი მთავარი აქტორი („ნაციონალური მოძრაობა“-ოპოზიციურ პარტიებს შორის ყველაზე მეტი საპარლამენტო მანდატით და „ქართული ოცნება“-სახელისუფლებო უმრავლესობა) მედიის გამოყენებით უკრაინა-რუსეთის კრიზისთან დაკავშირებით როგორ პოლიტიკურ მოლოდინებსა და განწყობებს ქმნიდნენ.

კვლევის მიზანი, ამოცანები და საკვლევო კითხვები

საკვლევო საკითხიდან გამომდინარე **ნაშრომის მიზანია** დაადგინოს, თუ რა კავშირი არსებობს საქართველოში რუსეთ-უკრაინის კრიზისის გაშუქების საკითხზე პარტიულ პოლარიზაციასა („ქართული ოცნება“ „ნაციონალური მოძრაობა“) და ტელემედიების დღის წესრიგს („იმედი“, „მთავარი არხი“ და საზ.მაუ) შორის. მიზნის მისაღწევად კი, შემუშავებული იქნა შემდეგი **კვლევის ამოცანები**: 1.პოლიტიკური პარტიების: „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“, ოფიციალური „Facebook“ გვერდების შესწავლა კვლევის პერიოდის განმავლობაში; 2. საკვლევო ვადის ფარგლებში ტელევიზიების („იმედი“, „მთავარი არხი“ და საზ.მაუ) საეთერო ბადის გაანალიზება; 3.პოლიტიკურ პარტიებსა („ქართული ოცნება“ და „ნაციონალური მოძრაობა“) და ტელევიზიების (საზ.მაუ, „იმედი“ და „მთავარი არხი“) მიერ გავრცელებულ ინფორმაციებს შორის ურთიერთკავშირის დადგენა.

კვლევის მიზნისა და ამოცანების განსახორციელებლად შემუშავებული იქნა შემდეგი **კითხვები**: 1. რამდენად ავრცელებდნენ საკვლევო პერიოდის განმავლობაში წინასწარ

შერჩეული ტელევიზიები („იმედი“, „მთავარი არხი“ და საზ.მაუ) კონკრეტული პარტიისთვის („ქართული ოცნება“ და „ნაციონალური მოძრაობა“) სასარგებლო ინფორმაციას რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით? 2. რუსეთ-უკრაინის კრიზისის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების რომელ მეთოდებს მიმართავდნენ პოლიტიკური პარტიები და ტელევიზიები?

კვლევის კითხვებიდან გამომდინარე, საქართველოში არსებული პოლიტიკური და მედიაკლიმატის (ტელევიზიების სარედაქციო პოლიტიკა) გათვალისწინებით შემუშავებული იქნა **ჰიპოთეზები**, რომელთა მიხედვითაც მოსალოდნელია, რომ:

1. რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით „იმედის“ ტელევიზია მისი სარედაქციო პოლიტიკის გამო, ხელისუფლების მხარდასაჭერად თანმიმდევრულად გაავრცელებს „ქართული ოცნების“ პარტიის ხედვას. რაც შეეხება „მთავარი არხს“, იგი შექმნის „ნაციონალური მოძრაობის“ სასარგებლო დღის წესრიგს. საზოგადოებრივ მაუწყებელი კი, ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური ლანდშაფტის მიხედვით, შეფარვით თუმცა მაინც, ეცდება მხარი დაუჭიროს „ქართული ოცნების“ პოზიციას. ეს ყველაფერი კი, გამოიხატება იმაში, რომ პარტიების მიერ, მათ ოფიციალურ “Facebook”- გვერდებზე გავრცელებული საინფორმაციო ნარატივები პირდაპირ დაკავშირებული იქნება მათდამი კეთილგანწყობილ ტელევიზიების პოზიციებთან.

2. ვინაიდან, როგორც „ქართული ოცნების“ პარტია, ისე „ნაციონალური მოძრაობა“ შეეცდება მოსახლეობაში მათთვის ხელსაყრელი განწყობის დამკვიდრებას ორივე გამოიყენებს საყოველთაო მხარდაჭერის ილუზიის შესაქმნელად მანიპულაციის ტექნოლოგიებსა (Lilleker, 2006) და ფრეიმებს (Entaman, 1993). ხოლო ტელევიზიები „მთავარი არხი“ და „იმედი“ შეეცდებიან მოსახლეობას თავს მოახვიონ მათთვის მისაღები პოლიტიკური პარტიის პოზიციას. ამიტომ, ორივე მათგანი საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებისთვის მიმართავს: „საინფორმაციო სტიმულების“, მანიპულაციის, „საინფორმაციო სუბსიდირების“ (Lilleker, 2006) და „ფრეიმების“ (Entaman, 1993) შექმნის მეთოდებს. გარდა ამისა, „მთავარი არხი“ მისი სარედაქციო პოლიტიკის მიხედვით, უფრო მეტად წინ წამოწევს რუსეთ-უკრაინის კრიზის თემას ვიდრე, „იმედის“ ტელევიზია. საზოგადოებრივი მაუწყებელი კი, ძირითადად გამოიყენებს

„საინფორმაციო სუბსიდირების“ მეთოდს, რათა თავიდან აირიდოს პარტიული ნიშნით მიკერძოებულობის ხისტი გამოვლინებები.

კვლევის ეს დაშვებები ერთ შემთხვევაში, ეყრდნობა შესასწავლი ტელევიზიების პოლიტიკურ რწმენას პარტიული თვალსაზრისით, რომლებიც განსაკუთრებით შესამჩნევია ქვეყნისთვის სხვადასხვა გადამწყვეტ მომენტში. მაგალითად, NDI-ის 2021წ. ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების ანგარიშით მედიაგარემო პოლარიზებული და პოლიტიზებული იყო. მეორე მხრივ კი, ქვეყნისათვის მნიშვნელოვან მომენტში საზოგადოებრივი მაუწყებელი არათანაბარ დროს უთმობდა პოლიტიკურ კანდიდატებს (საეთერო დროის ძირითადი ნაწილი მმართველი პარტიის მიერ იყო ათვისებული). ასევე, დამატებით სხვა მედიები სუბიექტურ არგუმენტაციისა და ანალიზის მრავალფეროვან მიდგომებს იყენებდნენ (NDI, 2021).

საკითხის უკეთ გასაანალიზებლად ნაშრომის ფარგლებში განხორციელდა ცვლადების **კონცეპტუალიზაცია და ოპერაციონალიზაცია**. კერძოდ, დამოუკიდებელი ცვლადი- *პოლიტიკური პოლარიზაცია* მოიაზრებს პოლიტიკური ნიშნით ურთიერთდაპირისპირებული ძირითადად ორი მხარის (პოლიტიკური პარტიის) არსებობას დაბალი კონსენსუსის უნარით. მისი გაზომვა შეიძლება პარტიების მიერ დაფიქსირებული პოზიციებითა და ქმედებებით. ხოლო, დამოკიდებული ცვლადი- *მედია დღის წესრიგი* არის „რეალობა“, რომლსაც მედია ამა თუ, იმ საკითხთან დაკავშირებით ქმნის. მისი გაზომვა შესაძლებელია მედიის მიერ კონკრეტული მოვლენის შესახებ გავრცელებული ინფორმაციით და ამ დროს გამოყენებული მეთოდებით (საინფორმაციო სიახლეების რიგითობა, დათმობილი საეთერო დრო მანიპულაციის მეთოდები, და ა.შ).

კვლევის თეორიული ჩარჩო

საქართველოში არსებული მკვეთრად პოლარიზებული გარემოსა და სახელმწიფო ინსტიტუტების განვითარების მიხედვით, ძირითად თეორიულ ჩარჩოდ შერჩეულ იქნა პ.მანჩინისა და დ.ჰელინის „*პოლარიზებულ-პლურალისტურ*“ მოდელი (2004). იგი მოიაზრებს, სახელმწიფოში საკანონმდებლო დონეზე მედიის, აზრისა და გამოხატვის თავისუფლების დაცვას. თუმცა, პოლარიზების თვალსაზრისით, როგორც პოლიტიკური, ისე მედიაკლიმატი უკიდურესად ურთიერთდაპირისპირებული

მხარეებს მოიცავს. შედეგად კი, მედიასაშუალებები მათი სარედაქციო პოლიტიკის მიხედვით, ერთი და იგივე მოვლენას სრულიად განსხვავებული რა კურსით აშუქებენ (Mancini & Hallin, 2004). ამ თეორიაზე დაყრდნობით საკვლევად შეირჩა პოლიტიკური ნიშნით ურთიერთდაპირისპირებული სარედაქციო პოლიტიკის მქონე ტელევიზიები („იმედი“ „მთავარი არხი“). ასევე, დამატებით გამოყენებული იქნა მაქს მაკომბისა და დონალდ შოუს „დღის წესრიგისა და განაწესის“ თეორია. რომლის მიხედვითაც, მედიები საზოგადოებას განუსაზღვრავენ თუ, რაზე უნდა კონცენტრირდნენ, რომელია მნიშვნელოვანი და ნაკლებად მნიშვნელოვანი სიახლეები (McCombs&Shaw, 1972). იგი საშუალებას იძლევა შევადაროთ პოლიტიკური პარტიებისა და ტელევიზიების დღის წესრიგი რუსეთ-უკრაინის კრიზისის საკითხზე. ასევე, მისი გამოყენებით შეგვიძლია დავადგინოთ რამდენადაა ესა თუ, ის თემა მედიისთვის მნიშვნელოვანი. ფრეიმინგის თეორიის(Entman, 1993) საშუალებით კი, პოლიტიკოსები მიერ მედიის გამოყენებით რუსეთ-უკრაინის დამაბულობის შესახებ შექმნილი „ჩარჩო“ გაანალიზდა.

კვლევის მეთოდოლოგია

საკვლევი საკითხის კომპლექსურობიდან გამომდინარე კვლევისას გამოყენებული იქნა, როგორც შინაარსობრივი (თვისებრივი), ისე სტრუქტურული (რაოდენობრივი) კონტენტ-ანალიზის მეთოდი. ამ მიდგომით შესაძლებელი გახდა ტენდენციების გამოვლინება, საკვლევი მასალის კატეგორიებად დაყოფა, საინფორმაციო წყაროების ტიპების სისტემური და რიცხობრივ დამუშავება. შინაარსობრივი კონტენტ-ანალიზის დახმარებით შესწავლილ იქნა საკვლევი ტელევიზიებისა და პოლიტიკური პარტიების „Facebook“ გვერდების მიერ გავრცელებული სიახლეები რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით, რომელთაგან გამოიყო მანიპულაციური და საინფორმაციო სტიმულების შინაარსის მქონე საკვანძო სიტყვები და განხორციელდა მათი კოდირება. სტრუქტურული კონტენტ-ანალიზის გამოყენებით კი, შესწავლილი სატელევიზიო სიუჟეტები კატეგორიებად იქნა დაყოფილი. კერძოდ: 1.გავრცელებული სიახლეებიდან კრიზისის შესახებ რამდენი იყო მიკერძოებული და რამდენი არა; 2.დადგენილი იქნა საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ტელევიზიებში გასული სიუჟეტებიდან რა ნაწილი და საეთერო დროის რამდენი პროცენტი დაეთმო კონფლიქტის გაშუქებას; 3.პარტიებმა კი, „Facebook“ გვერდზე პოსტების რა რაოდენობა მიუძღვნეს ამ საკითხს;

4.საინფორმაციო გამოშვებებში რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით სიახლეები რიგითობის მიხედვით მერამდენე ადგილზე გადიოდა; სტრუქტურული კონტენ-ანალიზის ყველა ეს მონაცემები კვლევის მიგნებების უკეთ ილუსტრირებისთვის წარმოდგენილი იქნა დიაგრამების სახით.

საკვლევ თემასთან დაკავშირებით გავრცელებული ინფორმაციების შედარებითი ანალიზის სიღრმისეულობისთვის არაალბათური მიზნობრივი შერჩევის შედეგად **კვლევის ობიექტებია:** 1.პოლიტიკური პარტიების სოციალური პლატფორმები („ერთიანი ნაციონალური მოძრაობისა“ და „ქართული ოცნების“ „Facebook“ გვერდები. ვინაიდან, ქართველი ამომრჩევლის უმრავლესობა მათზეა ორიენტირებული.), რათა პარტიებისა და ტელევიზიების მიერ გავრცელებული კონტენტის შედარება იყოს შესაძლებელი; 2.პოლიტიკური ნიშნით ურთიერთდაპირისპირებული სარედაქციო პოლიტიკის მქონე (ძირითადი საინფორმაციო გადაცემები: „იმედის“ -„ქრონიკა“ 11-17-20-საათიანი და „მთავარი არხის“- “მთავარი“ 12-18-21 საათიანი) და კანონმდებლობით ნეიტრალური ტელევიზია (საზოგადოებრივი მაუწყებლის (პირველი არხის) საინფორმაციო გადაცემები-„მომბე“ 12-18-20-საათიანი). დღის წესრიგის თეორიის მიხედვით, მოსახლეობა ტელევიზიების მთავარ საინფორმაციო გადაცემებზე აკეთებს აქცენტს. ამიტომაც, ძირითადი საინფორმაციო გადაცემები იქნა შერჩეული. (McCombs&Shaw 1972).

საკვლევი პერიოდი მოიცავს 2022 წლის 12 იანვრიდან- 28 თებერვალს. ვინაიდან, რუსეთ-უკრაინის კრიზისის განსამუხტად 12 იანვარს გამართული ბოლო, უშედეგო, მოლაპარაკებების (ნატოსა და რუსეთის წარმომადგენლებს შორის) შემდეგ (CNN, 2022) ორ ქვეყანას შორის დამაბულობა კიდევ უფრო გაიზარდა და გახშირდა დიპლომატიური ვიზიტები კიევსა და მოსკოვში (მაგ: ბლინკენის, ჯონსონის, ქართული ოპოზიციისა და სხვა ვიზიტები უკრაინაში; მაკრონისა და პუტინის შეხვედრა (CNN, 2022)) ასევე, 2022 წლის დასაწყისში აშშ-ის დაზვერვამ კიევზე რუსეთის თავდასხმა ივარაუდა(CNN, 2022). პარალელურად საქართველოში ხელისუფლებამ ცალმხრივად მიიღო უკრაინის მხარდამჭერი რეზოლუცია. ხოლო, საკვლევი პერიოდის დასრულების თარიღად 28 თებერვლის შერჩევა განაპირობა რამდენიმე მიზეზმა: პირველი, პოლარიზაციის თვალსაზრისით პარტიები და ტელევიზიები რუსეთ-უკრაინის

კრიზისის განვითარების განსხვავებულ სცენარს წინასწარმეტყველებდნენ. შესაბამისად საინტერესოა როგორ შეიცვალა მათი გზავნილები ომის დაწყების შემდგომ. მეორე, საზოგადოებაში არსებობდა განწყობა, რომ ომი 3-4 დღეში დასრულდებოდა მაგალითად: პენტაგონის განცხადებით კიევი 72 საათში დაეცემოდა (CNN, 2022). ამის ფონზე კი, არსებითაა თუ, რა დღის წესრიგს ქმნიდნენ „მოსალოდნელი“ დაცემის შესახებ პოლიტიკური პარტიები და ტელევიზიები.

ლიტერატურის მიმოხილვა

პაოლო მანჩინისა და დენიელ ჰელინის პოლარიზებულ-პლურალისტულ/მედიტერიანულ მოდელის მიხედვით (2004), ზოგიერთ ქვეყანაში საკანონმდებლო აქტები უზრუნველყოფს პლურალისტური გარემოს თუმცა, პოლიტიკური და მედია სისტემა იმდენად პოლარიზებულია, რომ მოსახლეობა კარგავს რეალობასთან წვდომას. ასეთი სახელმწიფოები ხასიათდებიან ლიბერალური ინსტიტუტების შედარებით გვიან განვითარებით, საჯარო სექტორის პოლიტიზებით, ბიუროკრატისა და სასამართლო სისტემის გაუმიჯნაობით (Mancini & Hallin, 2004). „დღის წესრიგისა და განაწესის თეორიით“ (McCombs&Shaw, 1972) კი, მედიის კონტენტი საზოგადოების დღის წესრიგს აყალიბებს. კერძოდ, მედიასაშუალებები მიზანმიმართულად, წინასწარ შერჩეული რიგითობით, აწვდიან მოსახლეობას სიახლეებს. შედეგად აუდიტორიას აფიქრებინებენ, რომ კონკრეტული სიახლე სხვა დანარჩენზე მნიშვნელოვანია. საბოლოოდ კი, ახალი ამბების ურთიერთგადაფარვის შემთხვევების გამო, მნიშვნელოვანი თემები ყურადღების მიღმა რჩება.

„პოლიტიკური ზეწოლის თეორია“ (Carey & Shugart, 1998) კი გვეუბნება, რომ პოლიტიკოსები მედიას საზოგადოებაში მათთვის სასურველი განწყობის შესაქმნელად იყენებენ. სწორედ ამიტომ, ისინი აქტიურად მიმართავენ „საინფორმაციო სუბსიდირების მეთოდს“ (Lilleker, 2006). ამ შემთხვევაში პოლიტიკური პერსონები მედიისთვის ინფორმაციის წყაროს წარმოადგენენ, რათა საეთერო ბადეში ადგილი და დრო მოიპოვონ (Lilleker, 2006). ენტმანის თქმით (1993) კი, ამ მიზნით პოლიტიკოსები კონკრეტული ჩარჩოს/ ფრეიმის ქმნიან, რაც გულისხმობს ინფორმაციის გავრცელებას მიზანმიმართულად შერჩეული სიმბოლოების გამოყენებით (Entaman, 1993). ლილეკერის მოსაზრებით კი (2006),

მოსახლეობაში სასურველი განწყობის შესაქმნელად ორი მიდგომა არსებობს 1.თემების წინასწარ შერჩევა და მაშინ გავრცელება, როდესაც მოსახლეობის რეაქცია მაქსიმალური იქნება; 2. ქვეცნობიერი საინფორმაციო სტიმულების გამოყენება, რაც მოიაზრებს ადამიანის ემოციურ ასპექტებზე მანიპულირებას.

ყველა ეს თეორია, რომელიც პოლიტიკისა და მედიასაშუალების კავშირის მსგავს ასპექტს აღწერს გაკვეულწილად აცდენილია ჯ.მილის „იდეების ბაზრის“ კონცეფციას. იგი „ძლიერი“ და „სუსტი“ მხარეების შეჯიბრებითობის პრინციპით ჭეშმარიტებას გვიჩვენებს (დუნდუა,2020), რაც დემოკრატიული ინსტიტუტების ფუნქციონირებისთვისაა არსებითი.

I. თავი: პოლიტიკისა და მედიის ურთიერთკავშირის თეორიული ასპექტები

რუსეთ-უკრაინის კრიზის ფონზე საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკური მოვლენებისა და მედიის საქმიანობის ყველა ასპექტის სიღრმისეულად გასაანალიზებლად ნაშრომში წარმოდგენილია, როგორც პოლიტიკური აქტორებისა და მედიასაშუალებების ურთიერთობის ფორმები, ისე მოსახლეობაზე ზემოქმედების სხვადასხვა მეთოდი.

1.1 პოლიტიკური ელიტისა და მედიის ურთიერთობის კონცეფციები

პოლიტიკური კომუნიკაციის ამოცანაა კონკრეტული მიზნის მისაღწევად ადამიანური მხარდაჭერის მაქსიმალური მობილიზება (მაცაბერიძე, 2015). ამ პროცესში მედია შუამავალი რგოლია. თავის მხრივ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების საქმიანობა და როლი დამოკიდებულია სახელმწიფოში არსებულ პოლიტიკურ კლიმატზე. სწორედ, ამიტომ დენიელ ჰალინსა და პაულო მანჩინს პოლიტიკური სისტემისა და მედიის სამი მოდელიდან, შეირჩა პრესის პლურალისტულ-პოლარიზებული მიდგომა (Mancini & Hallin, 2004). იგი ევროპაში უკანასკნელი ავტორიტარული რეჟიმების დამხობის შემდგომ (საბერძნეთში, პორტუგალიაში ესპანეთში და ა.შ) განვითარებულ მოვლენებზე დაკვირვებით შეიმუშავეს. თეორიის მიხედვით, მსგავს ქვეყნებში „კლიენტარიზმის“ არსებობამ, ხშირმა პოლიტიკურმა კრიზისებმა, დემოკრატიაზე შედარებით გვიან გადასვლის გართულებულმა და წინააღმდეგობრივმა პროცესებმა, შეაფერხა ლიბერალური ინსტიტუტების დანერგვა და წარმოშვა პოლიტიკური სფეროსა და მედიის უნიკალური კავშირი. ამ ტიპის სახელმწიფოები ხასიათდებიან ხანგრძლივი პოლიტიკური კონფლიქტებით, დაბალი კონსოლიდაციის უნარით, რადიკალური ოპოზიციით (ამის ერთ-ერთ მიზეზად განიხილავენ ამომრჩევლის ნაწილის დამოკიდებულებას ხელისუფლებასთან კომპრომისის ღალატად აღქმასთან დაკავშირებით), მაღალი ბიუროკრატიაზაციით და სუსტი სამოქალაქო საზოგადოებით, რომლიც პარტიული ნიშნითაა ურთიერთდაპირისპირებული. მკვეთრი პოლიტიკური პოლარიზაცია მედიის დღის წესრიგში პირდაპირპროპორციულად აისახება და იგი წმინდა პოლიტიკურ

ინსტრუმენტად/ აქტივისტად ყალიბდება. კერძოდ, მედია პოლიტიკური მრწამსის მიხედვით, კონკრეტული პარტიის ირგვლივ მოსახლეობის შემოკრებას უწყობს ხელს. მსგავს სახელმწიფოებში პოლიტიკოსები და მედია არხები ერთგვარ ალიანსებს ქმნიან და მათი წარმომადგენლები ამ სფეროებს შორის ურთიერთმონაცვლეობენ. შედეგად მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებები ორიენტირებულები არიან პოლიტიკურ ტენდენციებზე, მოვლენის ინტერპრეტირებასა და არა ფაქტზე. მოვლენების გაშუქებისას მათი ფოკუსი არის პოლიტიკური პირების/პარტიების წარმატება/წარუმატებლობაზე და არა საზოგადოებაზე. დ.ჰალინი და პ.მანჩინი პრესის პოლარიზებულ-პრულალისტულ მოდელის ერთ-ერთ მაგალითად განიხილავენ იტალიას, სადაც ფაშისტურმა დიქტატურამ და შემდგომმა პერიოდმა მსგავსი ტიპის მედია შექმნა. ფაშისტურ იტალიაში პრესა პოლიტიკურ მიზნებს ემსახურებოდა რეჟიმის ცვლილების შემდეგ კი, ანტიფაშისტური, ანტიკოლონიური, ანტიიმპერიული ბრძოლის ორგანოდ ტრანსფორმირდა. საბოლოოდ განვითარებული პროცესების შედეგად იტალიაში „ბერლუსკონის სატელევიზიო იმპერია“ ჩამოყალიბდა. გლობალიზაციის გამო, ამ მოდელის ნიშნები თითქმის ყველა გარდამავალ და ახალი დემოკრატიებზე გავრცელდა (Mancini & Hallin, 2004). ასეთ ქვეყნებში მედიასაშუალებებს პოლიტიკური პარტიები, ან სახელმწიფო ორგანოები აფუძნებდნენ. ჰალინი და მანჩინი აღნიშნავენ, რომ ძლიერ ლიბერალურ-დემოკრატიული ქვეყნებში კომუნიკაცია პოლიტიკოსებსა და მოქალაქეებს შორის წარმოებს, ხოლო ახალ დემოკრატიებში პარტიებს და კონკრეტულ ჯგუფებს შორის. როგორც აღნიშნავენ გარდამავალი ტიპის ქვეყნებში მსგავსი ტენდენცია ბუნებრივია, რადგან დემოკრატიული ინსტიტუტები ეტაპობრივად ყალიბდებიან. ჰალინი და მანჩინი განიხილავენ(2004) საფრანგეთის ესპანეთისა და აშშ-ის მედიის კვლევის შედეგებს იმიგრაციის პოლიტიკასთან დაკავშირებით, რომელიც პრესის კონკრეტული პოლიტიკური ინტერესების საფუძველზე განსხვავებულ შედეგებს გვიჩვენებს. კერძოდ, ესპანური მედია ფრანგულთან შედარებით მკვეთრად პოლიტიზებული იყო და მეტად ორიენტირებული კომენტარსა და ანალიზზე ვიდრე, კონკრეტული ამბების გადმოცემაზე. თუმცა, ორივე მეტ-ნაკლებად ეყრდნობოდა პოლიტიკურ და ორგანიზებულ სამოქალაქო წყაროებს, ხოლო აშშ-ის მედია აპოლიტიკურ წყაროებს.

პ.ჰამფრისი თქმით კი (2009), მედიის მსგავსი კლასიფიკაციის დროს უნდა გავითვალისწინოთ არა მხოლოდ პოლიტიკური, არამედ სოციალურ და ეკონომიკური ცვლადიც (Humphreys, 2009). თეორიის ავტორები კი აღნიშნავენ (2004), რომ სრულიად შესაძლებელია მომავალში ახალ ტენდენციებით ალტერნატიული კლასიფიკაციის შექმნა. თუმცა, ევროპაში მსგავსი მედიის ჩამოყალიბებას პოლიტიკურმა სისტემამ ჩაუყარა საფუძველი. საქართველში მედია და პოლიტიკური სისტემის ამ მოდელის შექმნა საბჭოთა კავშირის გამოცდილებამ და პოსტ.საბჭოთა პერიოდმა განაპირობა. თუმცა, ქვეყანაში საზოგადოებრივი ანტაგონიზმი განვითარების არცერთ ეტაპისთვის უცხო არიყო. ამის საილუსტრაციოდ ილია ჭავჭავაძე წერს „ქართველები არ არიან, მაშ რა არიან? არიან თავადნი, აზნაურნი, მღვდელნი, ვაჭარნი, გლეხნი, ჩინიანნი და უჩინონი- ყველანი არიან ქართველნი კი არსად არის“ (ჭავჭავაძე, 2012, 47).

პოლარიზებული მედია და პოლიტიკური ლანდშაპტი ერთსა და იმავე მოვლენაზე სხვადასხვა დღის წესრიგს ქმნის. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია მაქს მაკომბისა და დონალდ შოუს დღის წესრიგს დადგენის თეორიის (McCombs&Shaw, 1972) განვიხილავ. ლილეკერის თქმით (2006), თითქმის ყველა ქვეყანაში ეს მიდგომა განსხვავებული ინტენსივობით ვლინდება თუმცა, არსებითად სახასიათოა გარდამავალი ქვეყნის დემოკრატიებისთვის. იგი აღნიშნავს, რომ პოლიტიკოსები ახალ ამბებში მოსახვედრად ერთმანეთს კონკურენციას უწევენ, რათა საზოგადოებრივ აზრზე ზეგავლენა მოიპოვონ. ხოლო, იმ მედიებს, რომლებსაც მათთვის არასასურველ მოვლენებზე, დეტალებზე, კონცენტრირდებიან ბოიკოტს უცხადებენ. აღნიშნული თეორია მაკომბმა და შოუმ 1968 წელის აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნებზე დაკვირვებით შეიმუშავეს. კერძოდ, ელექტორატის მასობრივი გამოკითხვით და მედიის საინფორმაციო კონტენტის შეწავლით დაადგინეს მაღალი კორელაცია პოლიტიკური კამპანიასა და მედიის შინაარს შორის. მაკომბისა და შოუს კვლევის მიგნებებით: 1. მოსახლეობისთვის, პოლიტიკურ თემებზე ძირითადად პირველი წყრო მედია იყო (მოქალაქეების მთავარი წყარო იყო: Durham Sun, Durham Morning Herald, Raleigh News and Observer, New York Times, Time, Newsweek, NBC და CBS მთავარი საინფორმაციო გადაცემები); 2. ამომრჩევლები პოლიტიკურ არჩევანს მედიის მიერ მიწოდებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით აკეთებდნენ; 3. მედია არხები სარედაციო პოლიტიკის

ვილტრში ატარებდნენ ინფორმაციას; 4. ტელევიზიები საურველ კანდიდატებს მათავარ სიუჟეტს უთმობდნენ; დღის წესრიგის თეორიით მტკიცდება, რომ პოლიტიკურ საკითხებზე მნიშვნელოვანია, როგორც მედიის მიერ გავრცელებული ინფორმაცია, ასევე როგორ შეფუთავს ამ ამბავს და რა დროსა და ადგილს დაუთმობს საინფორმაციო სიახლეებს შორის. ტელევიზიები კი, ასეთი ფსიქოლოგიური ზემოქმედებით რეალობის იმიტირებას ცდილობენ (Lilekeri, 2006). კომუნიკაციის საშუალებების მსგავსი სტრუქტურა ქმნის/ ხელს უწყოს ამა თუ იმ პარტიის სასრგებლო პოლიტიკური რეალობას. დღის წესრიგის დადგენა მედიასა და პოლიტიკურ/სოციალურ ჯგუფებს შორის კონფლიქტურ დამოკიდებულებას ზრდის. მისი მთვარი მარკერები არიან: პოლიტიკოსები, მედია მაგნატები და მათი მოკავშირეები, სამხედრო და სამრეწველო სფეროს წარმომადგენლები. დღის წესრიგს შეუძლია საზოგადოების, როგორც მობილიზება, ისე დემობილიზაცია.

მაკომბისა და შოუს თეორიის (1972) გარკვეული ხარვეზია, რომ ისინი დღის წესრიგის შექმნის მეთოდებზე/ტექნიკებზე ყურადღებას ნაკლებად ამახვილებენ. მაგალითად, შესაძლოა ყველა მედიამ თანაბარი საინფორმაციო სივრცე დაუთმოს კონკრეტულ მოვლენას თუმცა, მნიშვნელოვანია რომელ ასპექტებზე ექნებათ აქცენტი. ამიტომაც, საჭიროა დამატებით ფრეიმინგის თეორიის შემოტანა (Entman, 1993). რაც გულისხმობს კომუნიკაციის პროცესში კონკრეტული ჩარჩოს შექმნას. იგი საზოგადოების ანატომიისა და სოციალურ-კულტურული ასპექტების გათვალისწინებით, შერჩევითად ხაზს უსვავს საკითხის ზოგიერთ ასპექტს, ახდენს პრობლემის ინტერპრეტირებას/ განსაზღვრას და აყალიბებს ამ პრობლემის გადაჭრის გზებს. მის მიზანია კომუნიკატორის პოზიციის სასრგებლოდ მოსახლეობისთვის მიწოდებული ინფორმაცია უფრო დასამახსოვრებელი გახადოს. ამიტომაც, პოლიტიკოსები ერთმანეთს ჟურნალისტის მიერ შექმნილი ფრეიმებითაც უწევენ კონკურენციას. ზოგადად „ჩარჩო“ საზოგადოებისთვის აქტუალურ თემაზე იქმნება. მაგალითად, აშშ-ის ახალ ამბებში „ცივი ომის“ ჩარჩოს პრიზმით განიხილებოდა ამ პერიოდში ქვეყნის ფარგლებს მიღმა მიმდინარე პოლიტიკური გამოწვევები (Entman, 1993). ენტმანის თქმით, ჩარჩოს 4 აქტორი ქმნის: კომუნიკატორი, ტექსტის შინაარსი, შეტყობინების მიმღები და „კულტურა“. ასევე, „ჩარჩოს“ ზემოქმედების გასაზრდელად

დამატებით იყენებენ „კადრირებასაც“ (მოვლენების მიზანმიმართულად დალაგება, ან წარსულის კადრების გახსენება). მათ ხშირად მოვლენებს შორის ცრუ კავშირები ახასიათებთ. მკვლევართა ნაწილი კი აღნიშნავს, რომ კონკრეტულ ასპექტებზე აქცენტი, მნიშვნელოვანი დეტალების ყურადღების მიღმა დარჩენის პრობლემას ქმნის (Kahneman&Tversky, 1984). პორისმიტა ბორას (2011) თქმით კი, ენტმანი ფრეიმინგის თეორიით ორიენტირებულია ჩარჩოს დიზაინზე და არა შერეული ჩარჩოების/ფრეიმების ჩამოყალიბების საფუძველზე. ხოლო, ზალერის (1992) კვლევით დემოკრატიებში ცენტრალური ძალაა ფრეიმებია. ვინაიდან, პოლიტიკური ელიტები ადგენენ საკითხის ჩარჩოს და ქმნიან საზოგადოებრივ აზრს. შესაბამისად, პოლიტოლოგიაში ფრეიმების ამოცნობა და გაანალიზება მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი აზრის შესწავლისა და კონკრეტული ჯგუფების პოზიციების განსაზღვრისთვის.

1.2. მოსახლეობაზე ზემოქმედების მეთოდები

მართალია, ზემოთ განხილული სამივე თეორია პოლიტიკისა და მედიის ურთიერთობის გარკვეულ კონცეფციებს ხსნიან/აანალიზებენ თუმცა, ისინი საუბრობენ მახასიათებლებზე და არა საზოგადოებაზე ზემოქმედების ფორმებზე. ამიტომაც, დამატებით განვიხილავ ლილეკერის მიერ ორგანიზებული მანიპულირების მეთოდებს (Lilekeri, 2006). იგი აღნიშნავს, რომ საზოგადოების ყურადღების ვექტორების ცვლილებისთვის ხშირად გამოყენება რიტორიკა, რომელიც მოიაზრებს სიმბოლიზმს, წინასწარ შერჩეულ საკომუნიკაციო ენასა და საუნდბაიტს. საუნდბაიტი არის ემოციური კაუჭი. მაგალითად ჯ.კენედის ფრაზა „მე ბერლინელი ვარ“ („ich bin ein Berliner“), რომლითაც სოლიდარობა გამოუცხადა დას.გერმანიის ხალხს. საუნდბაიტია ზ.ჟვანიას სიტყვაც “მე ვარ ქართველი მაშასადამე მე ვარ ევროპელი“. ასეთ ფრაზებს პოლიტიკოსები ძირითადად ინტერვიუებისას იყენებენ, რათა საუბარზე კონტროლი მოიპოვონ. ლილეკერი ასევე განიხილავს საინფორმაციო სუბსიდირების მეთოდსაც. ამ შემთხვევაში, პოლიტიკოსები წყაროს როლში არიან, რათა მოვლენების განხილვა სასურველი მიმართულებით წარმართონ და საინფორმაციო დრო/ სივრცე მოიპოვონ. დამატებით, ლილეკერი განიხილავს მანიპულაციის შემდეგ მეთოდებს: 1) „პოლიტიკური მითების შექმნა“ - მიზანმიმართული გზავნილები, რომელიც ემსახურება

ერთგვარი „პოლიტიკური ფორმულების“ შექმნას; 2) „საინფორმაციო ნაკადის ტრანსფორმირების ტექნოლოგიები“ - მოვლენები ობიექტურად შეუქდება თუმცა, მიზანმიმართულად კონკრეტულ ფაქტებს გვერდს უვლიან ან, არასწორი ინტერპრეტირებით ავრცელებენ. 3) „ადამიანში სასურველი განწყობის შექმნა“- მოსახლეობას ინფორმაციას ისე აწვდიან, რომ მათთვის ხელსაყრელი დამოკიდებულება შექმნან. 4) „გასაიდუმლოებული ინფორმაციის გაჟონვა“; 5) ინფორმაციის მიწოდებისას „საინფორმაციო სტიმულების“ (უსაფრთხოებაზე, საკვებზე წვდომასა და სხვა საკითხებზე აპელირება) გამოყენება. 7) „ინფორმაციულ-პროპაგანდისტული ინდუქციის მეთოდი“- ამ დროს ფაქტები ისეა დაწყობილი, რომ საერთო ჯამში ნეგატიურ დამოკიდებულებას ქმნის. 8) “სემანტიკური შეჯახების მეთოდით“ კი, სიახლეები ისეა განთავსებული, რომ ერთმანეთს ავსებენ/ავითარებენ. 9) „ინფორმაციის დაბალანსება“- ამ დროს, პოლიტიკურ მოწინააღმდეგეზე კონკრეტული სიახლის დაფარვა შეუძლებელია (საკითხის სენსაციურობის გამო) თუმცა, მას მოჰყვება ამ სიახლის დამაბალანსებელი ინფორმაცია; 10) პოლიტიკურ თემებზე საუბრისა ხშირად ქმნიან „საყოველთაო მხარდაჭერის ილუზიას“ ისეთი, ტერმინებით როგორებიცაა: სახალხო მხარდაჭერა, უმრავლესობა და ა.შ. 11) „არლიყების მიწებება“ მაგ: „დესტრუქციული“; როგორც ლილეკერი აღნიშნავს (2006) ტელევიზიაში ასევე გამოიყენებენ მიდგომას, რომლის დროსაც მშრალ ფაქტს კომენტარი მოჰყვება (კომენტარის ავტორი კი, შესაძლოა არხის სარედაქციო პოლიტიკასთან იყოს თანხმობაში). მანიპულაციის ყველა ეს მეთოდი გარკვეულწილად მიდის „ემოციონალიზაციამდე“ (Lilekeri, 2006), რომელიც გულისხმობს პოლიტიკურ თემებზე ემოციური ასპექტების გამოყენებით საუბარს. პოლიტიკისადმი მსგავსი დამოკიდებულება კი, ქმნის „პოლიტიკის გამარტივების“ საფრთხეს, რასაც ლილეკერი „dumping down“- უწოდებს (2006)- ამ დროს რეალური პოლიტიკიდან აქცენტი გადააქვთ პოლიტიკის იმიტირებაზე.

მეცნიერთა ნაწილი ამბობს, რომ ყველა ამ მეთოდსა და თეორიას ახალი შესაძლებლობა მისცა პოლიტიკის მიერ სოციალური მედიის ათვისებამ. ვინაიდან, სოც.მედია ეფექტურად, დახვეწილი მეთოდებით, გავლენას ახდენს საზოგადოების დისკურსის წარმართვაზე და იგი პოლიტიკურ სფეროში აქტიურად გამოიყენება. სოციალურმა ქსელებმა (მაგ., Facebook) პოლიტიკოსებს საზოგადოებისთვის

შუამავლის გარეშე ინფორმაციის მიწოდების შესაძლებლობა მისცა (Stieglitz, Brockmann & Xuan, 2012). ასევე, პოლიტიკური აქტორების მიერ სოციალური მედია არასასურველი ინფორმაციის გადასაფარადაც გამოიყენება. განსაკუთრებით, პრობლემური სიტუაციების დროს ან მაშინ, როდესაც თითქმის შეუძლებელია საკითხზე სანდო და ობიექტური ინფორმაციის მოპოვება (მაგ: ომის, კრიზისების შემთხვევაში).

II თავი: თვისებრივი კვლევის შედეგები

თვისებრივი კონტენტ-ანალიზის გამოყენებით საკვლევი პერიოდის განმავლობაში (12/01/2022- 28/02/2022) შევისწავლე პარტია „ქართული ოცნების“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ Facebook გვერდები, მათთან აფილირებული („იმედი“ და „მთავარი არხი“) და ნეიტრალური ტელევიზიების ყველა მთავარი საინფორმაციო გადაცემა. პარტიების, შემთხვევაში რუსეთ-უკრაინის კრიზისზე გავრცელებული ინფორმაციის გაანალიზებისა და საკვანძო ტერმინების კოდირების შედეგებს, წარმოვადგენ ცალ-ცალკე. ხოლო, ტელევიზიების კვლევის მონაცემებს განვიხილავ ერთად, რათა შედარების თვალსაზრისით მკაფიო იყოს თუ, როგორ იყენებდნენ ისინი განსხვავებული პოლიტიკური მიმართულებით საზოგადოებაზე ზემოქედების მსგავს მეთოდებს.

2.1 „ქართული ოცნების“ „Facebook“ კონტენტი;

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ საერთაშორისო დამაბულობის ფონზე „ქართული ოცნების“ ოფიციალურ „Facebook“ გვერდზე კომუნიკაცია ორი მიმართულებით წარიმართა: ერთი მხრივ, სოციალურ ქსელში რუსეთ-უკრაინის კრიზისის პარალელურად პარტიის მიერ განხორციელებული პოლიტიკის შესახებ ავრცელებდნენ ინფორმაციას; მეორე მხრივ, ფოკუსირებული იყვნენ რუსეთ-უკრაინის კრიზისის საკითხზე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ კრიტიკაზე.

„ქართული ოცნება“ იანვრის თვეში „Facebook“ გვერდზე ორიენტირებული იყო არა, უკრაინა-რუსეთის საკითხზე გამართულ საერთაშორისო დონის მოლაპარაკებებზე, არამედ საქართველოს ხელისუფლების მიერ დაგეგმილ და განხორციელებულ საერთაშორისო ვიზიტებზე/ აქტივობებზე (მაგალითად: ზალკალიანის სატელეფონი საუბრები ნატოსა და აშშ-ის წარმომადგენლებთან). ამ თემაზე გავრცელებულ ინფორმაციას თან ერთვოდა ტექსტი, რომ საერთაშორისო პარტნიორებთან ერთად განიხილავდნენ რეგიონში არსებული დამაბულობას და ისინი მხარს უჭერენ: საქართველოს ტერიტორიულ მთლიანობას, სუვერენიტეტს, გააძლიერებდნენ ეკონომიკურ თანამშრომლობას, არ აპირებენ საქართველოს ინტერესებზე საუბარს მის

გარეშე და არ გადაიხედებოდა ბუქარესტის სამიტის შედეგები. ამ შემთხვევაში „სასურველი განწყობის შექმნის მეთოდით“ საზოგადოებაში იქმნებოდა დამოკიდებულება, რომ სახელისუფლებო პარტია აქტიურად მუშაობდა: რეგიონში შექმნილი საფრთხეებისგან თავის დასაცავად და ნატოსა და ევროკავშირთან თანამშრომლობის ახალ ეტაპზე გადასასვლელად.

„ქართული ოცნება“ ემოციური სტიმულების გამოყენებით ქმნიდა 2008 წლის განმეორების საფრთხის ჩარჩოს. კერძოდ, აცხადებდნენ, რომ რეზოლუციის ტექსტში რუსეთი არ იყო ნახსენები, რადგან თავი დაეცვათ იმ სპეკულაციებისგან, რომლითაც „ნაციონალურ მოძრაობას“ „2008 წლის სცენარის განმეორება სურდა“. პარტიის „Facebook“ გვერდზე ვრცელდებოდა შემდეგი „პოსტები“: *“ნაციონალური მოძრაობა არის ერთგვარი ომის პარტია. მათ აშკარად სურთ იხილონ ომი უკრაინაში და უნდა იხილონ ასეთი პროცესები საქართველოში“*. ამ ყველაფერს თან ერთვოდა ვიდეო კომენტარები, სადაც ქართული ოცნების წევრების განცხადებით „ნაციონალური მოძრაობა“ რეზოლუციას მხარს არ უჭერდა, რადგან იგი „*ომის პარტიაა*“ და *„მეორე ხარისხიდან საკითხებზე გადააქვს აქცენტი“*. აღნიშნავდნენ, რომ „ნაციონალურ მოძრაობას“ არ ჰქონდა *„მორალური უფლება“* „ქართული ოცნება“ უკრაინის მხრად დაჭერაში გაეკრიტიკებინა და რუსეთთან თანამშრომლობაში დაედანაშაულებინა, რადგან მათი (ნაც.მოძრაობის) საქმიანობის გამო, დღეს საქართველოს 20% -ია ოკუპირებული.

„ქართული ოცნება“ „ნაციონალურ მოძრაობას“ რუსეთ-უკრაინის კრიზისის პარტიულ ინტერესებისთვის გამოყენებაში დებდა ბრალს. ამის დასტურად განიხილავდნენ ევრონესტის საპარლამენტო შეხვედრას, სადაც უკრაინის მხარდამჭერ ოფიციალურ დოკუმენტის მიღებაში „ნაც.მოძრაობა“ არ მონაწილეობა. „ქართული ოცნების“ პარტია ასევე ეხმიანებოდა საქართველოში უკრაინის მიმართ სოლიდარობის აქციების გამართვას (მაგ:25 თებერვალს თბილისში) და აღნიშნავდა, რომ სამწუხაროდ *„რუსეთის აგენტები“* (ნაც.მოძრაობა) *„გულანთებული პატრიოტების“* გამოყენებით ცდილობდნენ ქვეყანაში *„ხელოვნური ტურბულენტური ზონის შექმნას“*.

რუსეთ-უკრაინის ომის დაწყების შემდეგ, პარტიის კომუნიკაციის სტრატეგია შეიცვალა. ისინი ხელისუფლების საერთაშორისო საქმიანობის შესახებ

ინფორმირებიდან გადავიდა „ნაციონალური მოძრაობის“ მწვავე კრიტიკაზე. მათ მიმართეს „გასაიდუმლოებული ინფორმაციის გავრცელების მეთოდს“. განიხილავდნენ ფარულ ჩანაწერებს, სადაც საუბარი იყო „ნაციონალური მოძრაობის“ „დესტრუქციულ გეგმებზე“. კერძოდ, განიხილავდნენ „ნაც. მოძრაობის“ მიერ საქართველოში არეულობის დასაწყებად უკრაინა-რუსეთის კრიზისის გამოყენების სქემას.

25 თებერვალს იუნკერების მემორიალიდან პრემიერ ღარიბაშვილის განცხადებას რუსეთის წინააღმდეგ საერთაშორისო სანქციების არმიერთების თაობაზე პარტიის „Facebook“ გვერდზე სახელმწიფო ინტერესების ჭრილიდან ხსნიდნენ. კერძოდ, ეს საქართველოს უდიდეს ეკონომიკურ დარტყმას მიაყენებდა. ზალკალიანის კომენტარებით კი, ქვეყანა მიჰყვებოდა საერთაშორისო პარტნიორების ნაბიჯებს და ისინი საქართველოს ამ მიმართულებით გატარებულ ღონისძიებებს პოზიტიურად აფასებდნენ. ხოლო, „ოპოზიცია აღტკინებით ცდილობდა პრემიერისა და სახელმწიფოს დისკრედიტაციას“ (დ. ზალკალიანი). ეკონომიკურ სანქციების არ მიერთებაზე გაავრცელეს თ. წულუკიანის (კულტურის მინისტრის) სიტყვაც: „საქართველოს ცაზე უნდა იყოს მხოლოდ თეთრი ღრუბლები და არა სამხედრო თვითმფრინავები“. მსგავსი „ემოციური და საინფორმაციო სტიმულებით“ რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით ხელისუფლების პოლიტიკას ამართლებდნენ.

„ქართული ოცნება“ კვლევის პერიოდში იყენებდა შემდეგ საკვანძო სიტყვებს: „ომი პარტია“ „რადიკალური, რევანშისტული ძალები“, „პუტინის, რუსეთის აგენტები“ და ა.შ ყველა მსგავსი ტერმინები მიემართებოდა „ნაც. მოძრაობას“.

2.2. „ნაციონალური მოძრაობის“ „Facebook“ კონტენტი;

„ნაციონალური მოძრაობის“ წარმომადგენლები პარტიის „Facebook“ გვერდზე ინფორმაციას ორი მიმართულებით ავრცელებდნენ: პირველი, უკრაინის მხარდამჭერად; მეორე, რუსეთ-უკრაინის კრიზისის ფონზე ხელისუფლების ნაბიჯების გასაკრიტიკებლად.

პარტიის გვერდზე თავიდანვე შექმნა ფრეიმი, რომ რუსეთ-უკრაინის დამაბულობის გამო, დასავლეთი იწყებდა ახალი შეკავების პოლიტიკის წარმოებას და საქართველოს „ისტორიული შანსი“ უნდა გამოეყენებინა. მათ შემოიტანეს „მინი ნატოს“, უსაფრთხოების ახალი კონცეფცია, (პოლონეთი ბრიტანეთისა და უკრაინა ალიანსის

შემნის საკითხი) და „დაუყოვნებლივ“ მოუწოდებდნენ ხელისუფლებას მასში მონაწილეობისკენ. პარტიას „სამარცხვინოდ“ მიაჩნდა უკრაინის მხარდამჭერი რეზოლუციის ტექსტი. მათი თქმით, დოკუმენტი გამოხატავდა საქართველოს „რუსეთის უკანა ეზოდ“ გადაქცევას. „ნაციონალური მოძრაობა“ გამოირჩეოდა ხელისუფლებისადმი მოწოდებებით და მათთვის სამოქმედო ნაბიჯების განსაზღვრით. მაგალითად, უკრაინაში ოპოზიციის ვიზიტის შემდეგ ხელიუსფლებას განუსაზღვრეს შემდეგი ნაბიჯები: 1) დაუყოვნებლივ ჩაერთულიყო საქართველო ბრიტანეთი-პოლონეთი-უკრაინის მოლაპარაკებებში; 2) ასოცირებული ტრიოს ფარგლებში საპარლამენტო შეხვედრების დანიშვნა; 3) მთვარობას უკრაინის დასახმარებლად ინიციატივები უნდა შემუშავებინა. მსგავსი მიდგომით საზოგადოებას უჩვენებდნენ, რომ შექმნილი საერთაშორისო კრიზისი დროს აქტიურად მუშაობდნენ და როგორც თავად აღნიშნავდნენ ოპოზიცი არის ალტერნატივა საქართველოს ევროპული მომავლისთვის.

რეგიონში შექმნილ კრიზისზე გამართულ მიუნხენის უსაფრთხოების კონფერენციაში საქართველოს მონაწილეობას ქართული ოცნება ნაყოფიერად აფასებდა. ხოლო, „ნაც. მოძრაობის“ წევრები საქართველოს ამ შეხვედრაზე „მორბენალ სპორტსმენს“ ადარებდნენ, რომელსაც 10 წელი არაფერი გაუკეთებია და დღეს სირბილი კი, არა სიარულიც აღარ შეუძლია. მათი შეფასებით, საქართველომ საერთაშორისო პოლიტიკის უკანა რიგებში გადაინაცვლა. ამის დასტური იყო მიუნხენის უსაფრთხოების კონფერენციის დღის წესრიგში უკანონო ბორდერიზაციისა და ოკუპაციის საკითხის არ არსებობა.

„ნაციონალურმა მოძრაობამაც“ შექმნა ფრეიმი 2008 წლის აგვისტოს ომთან დაკავშირებით. თუმცა, იმ ნარატივით, რომ კრიზისმა და შემდგომ განახლებულმა ომმა რუსეთ-უკრაინას შორის გააბათილა ქართული ოცნების მიერ გავრცელებული, რუსული ჰიბრიდული ომის ნარატივი, რომ „ნაც. მოძრაობამ“ აგვისტოს ომი თავიდან ვერ აირიდა. აღნიშნავდნენ, რომ მაშინ რუსულ აგრესიას მ.სააკაშვილის პირადი კავშირების გამოყენებით გაუმკლავდნენ და საქართველოს არ ჰქონდა, ისეთი მხარდამჭერა, როგორც დღეს უკრაინას აქვს. დამატებით, ამ საკითხზე საუბრისას გამოიყენებდნენ აგვისტოს ომის ემოციურ კადრებს. „კადრირება“ და ფრეიმი

გამოიყენეს ხელისუფლების საგარეო პოლიტიკის გასაკრიტიკებლად (მაგ: ომის დაწყების შემდეგ რუსეთის წინააღმდეგ სანქციების არ მიერთების საკითხი). კერძოდ, აცხადებდნენ რომ საქართველოს ხელისუფლებას ისტორიული გამოცდილება საერთოდ არ ახსოვს მაგ: პირველი რესპუბლიკის დროს დამოუკიდებლობის აქტში ქვეყნის ნეიტრალიტეტი განსაზღვრული იყო თუმცა, რუსეთმა საქართველო მაინც დაიპყრო. მეორე, 1993 წლის მოვლენები - შევარდნამეს, რომელიც იმახდა „*მზე ჩრდილოეთიდან ამოდისო და აფხაზეთი მაინც წაართვეს*“.

რუსეთ-უკრაინის ომის დაწყების შემდგომ, „ნაციონალური მოძრაობა“ ბევრად უფრო კრიტიკული გახდა მმართველი პარტიისადმი და აქტიურად მოუწოდებდა მოსახლეობას აქციაზე მისვლისკენ. გამოიყენებდნენ ემოციურ სტიმულებს და საპროტესტო გამოსვლაზე მისვლას აფასებდნენ *“მორალური მოვალეობად”*, რადგან *„ქართველი კაცის წესი არაა მეგობარს ზურგში ლახვარი ჩასცეს“*. მათი შეფასებით 25 თებერვალს საქართველოს პარლამენტში რუსეთ-უკრაინის ომზე საგანგებო სხდომის არ დანიშვნა, რუსეთის წინააღმდეგ საერთაშორისო სანქციებზე არ მიერთება *„იყო სირცხვილი საქართველოს პარლამენტისთვის“*. ასევე ამტკიცებდნენ, რომ 25 თებერვლის აქციაზე ბოლო პერიოდში გამართულ საპროტესტო გამოსვლებს შორის ყველაზე მეტი ადამიანი იყო მისული. ამით მასობრივი მხარდაჭერის განწყობას ქმნიდნენ. 25 თებერვალს პრემიერის კომენტართან დაკავშირებით(რუსეთის წინააღმდეგ სანქციების არ მიერთების თაობაზე)- გვერდზე გაავრცელეს ნიკა მელიას საუნდბაიტი: *„ბოდიში ძმებო უკრაინელებო! ბოდიში იმ ოჯახების წევრებო, ვისი სახელებიც საქართველოს გმირთა მემორიალზეა ამოტვიფრული, ვინც სოხუმის და გაგრის მისადგომებთან დაეცა!“*. მათ შექმნეს განწყობა, რომ როდესაც მსოფლიო უპრეცედენტო ერთიანობით მხარს უჭერდა უკრაინას საქართველოს მთვარობა განზე გადგა. ამ მიზნით ავრცელებდნენ მსგავს კომენტარებს *„ღარიბაშვილი არ დადგა, არც კანცლერ შოლცთან, არც ზელენსკისთან, არც ბაიდენტან, არც ბორის ჯონსონთან. ის დადგა ლუკაშენკოსთან, კადიროვთან და პუტინთან“*. მმართველი პარტიის მიერ რუსეთ-უკრაინის ომთან დაკავშირებით გატარებულ პოლიტიკას „მიშს“ გამოხატულებად მიიჩნევდნენ და ასე ეხმაურებოდნენ-*„წუთით დაფიქრდით ესენი უკრაინის ომიდან გარბიან და საქართველოში, რომ ომი დაენახათ წარმოგიდგენიათ რას*

იზამდნენ?“ (ლევან ხაბეიშვილი). აღსანიშნავია, რომ „ნაც. მოძრაობის“ „Facebook“ გვერდზე ხშირად ვრცელდებოდა უკრაინის მხარდასაჭერი ემოციური საუნდბაიტები, რომელიც პარალელურად ხელისუფლებას აკრიტიკებდა მაგ: „როცა უკრაინელ ბავშვს უმიზნებენ რაკეტას უმიზნებენ ჩემ შვილს, როცა უკრაინელ ქალებს ემუქრებიან ტანკებით, ჩემი ოჯახის წევრებს ემუქრებიან ტანკებით, როცა კლავენ უკრაინელ გარისკაცებს კლავენ და ესვრიან ჩემს ძმას, ჩვენს ძმებს“.(ლ.ხაბეიშვილი)

„ნაციონალური მოძრაობაც“ საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებისთვის აპელირებდა საქართველოში რუსული აგრესიის გამეორების საფრთხეზე და ავრცელებდნენ კომენტარებს, რომ *“რუსთაველეზე აღარასოდეს იქნებოდა რუსული ტანკები“*. მსგავსი საფრთხის ასარიდებლად კი, საჭირო იყო ხელისუფლების ქმედებების გაპროტესტება. ომის დაწყების შემდეგ, „ნაციონალური მოძრაობა“ ჩამოაყალიბა მოთხოვნები: 1.ქართული საჰაერო ძის დაკეტვა; 2.პრორუსული მედიების გაუქმება, 3. ირაკლი ღარიბაშვილის გადადგომა. სწორედ, პრემიერ-მინისტრთან დაკავშირებით გამოიყენებდნენ „იარლიყების მიწებების“ მეთოდს. მაგ: *“პრემიერი დეიურე პირველი კაცი“*, *“ქართულად მოლაპარაკე ჩინოვნიკი“*, *“სერგო ორჯონიკიძე იგივე ირაკლი ღარიბაშვილი“*. ეს გზავნილები განსაკუთრებით გაძლიერდა ომის დაწყების დღიდან.

„ნაციონალური მოძრაობის“ გვერდზე უკრაინის მხარდასაჭერად კი, ავრცელებდნენ ვიდეოებს, სადაც ჩანდა თუ, როგორ აღმართავდნენ სხვადასხვა რეგიონში უკრაინის დროშას. პარალელურად ყველა მხარდამჭერი კომენტარი ვრცელდებოდა უკრაინულ ენაზე და თან ერთვოდა უკრაინული სიმბოლოები.

საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებისთვის გამოიყენებდნენ შემდეგ საკვანძო სიტყვებს: *„რუსეთის მონები“*, *„უღირსი პოზიცია“*, *„დნმ-ის დონეზე ჩაცემენტებული ეროვნული თვითმყოფადობა“*, *„პუტინის მონა, აგენტი“* და ა.შ

2.3 საკვლევი ტელევიზების გზავნილები

საკვლევად შერჩეული სამივე ტელევიზია ზედმიწევნით და ობიექტურად აშუქებდა რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით გამართულ საერთაშორისო შეხვედრებს, უკრაინის საზღვართან რუსული სამხედრო დანაყოფების მობილიზებას და მათ პროვოკაციულ ქმედებებს ოკუპირებულ დომბასსა და ლუგანსკში. ავრცელებდნენ:

ნატოს წარმომადგენლების კომენტარს ღია კარის პოლიტიკის არ გადახედვის შესახებ, რომ არ აპირებდნენ სუვერენული ქვეყნის ინტერესებით „ვაჭრობას“, მაიკლ კარპენტერის, ენტონი ბლინკენის და სხვა ოფიციალური პირების მხარდამჭერ გზავნილებს საქართველოს უკრაინისა და მოლდოვის სუვერენიტეტისადმი. ხაზს უსვამდნენ, რომ აგრესია მოდის რუსეთიდან და არა ევროპიდან, განიხილავდნენ იმ საერთაშორისო სანქციებს, რომელიც უკრაინასთან მიმართებით რუსეთის აგრესიულ ქმედებებს მოჰყვებოდა, დეტალურად აშუქებდნენ ომის დაწყებას. თუმცა, სამივე მათგანი განსხვავებულად გამოკვეთად საქართველოს როლსა და პოზიციას რუსეთ-უკრაინის კრიზისში. ამიტომ, მნიშვნელოვანია ტელევიზიების მიერ გავრცელებული ინფორმაციების შედარება და მოვლენების გაშუქებისას გამოყენებული მეთოდების გამოკვეთა.

„მთავრი არხი“ უკრაინის საკითხზე ნატო-რუსეთის მოლაპარაკებების დაწყებიდანვე მიმართავდა „ხელსაყრელი განწყობის შექმნის მეთოდს“ და აყალიბებდა განწყობას, რომ მმართველი პარტია „ისტორიული მოლაპარაკებებს თავს არიდებდა. მსგავსი მეთოდის გამოყენებით კი, „იმედის“ ტელევიზიას ნატო-რუსეთის მოლაპარაკებების პარალელურად საქართველოს მთავრობის საერთაშორისო პარტნიორებთან შეხვედრებზე (პარლამენტის თავმჯდომარის შალვა პაპუაშვილისა ვიზიტი თემთა პალატაში, საგარეო საქმეთა მინისტრის შეხვედრები ბრიუსელში და ა.შ) ან, ქვეყნის შიგნით გამართულ ღონისძიებებზე (მაგ: კელი დეგნანისა და პაპუაშვილის შეხვედრა) ჰქონდა აქცენტი. ამით ქმნიდა დამოკიდებულებას, რომ ხელისუფლება აქტიურად მუშაობდა რეგიონში არსებული კრიზისის ფონზე და ამლიერებდა საქართველოს საერთაშორისო მხარდაჭერას. ამის დასამტკიცებლად მიმართავდნენ „საინფორმაციო სუბსიდირების“ მეთოდს და უშვებდნენ დ.ზალკალიანის, შ.პაპუაშვილის და სხვა ოფიციალური პირის კომენტარს, ნატო-საქართველოს ან, ევროკავშირი საქართველოს ურთიერთობების გაძლიერების შესახებ. „მთავრი არხი“ კი, მმართველი პარტიის მსგავსი საქმიანობის გადასაფარად ძირითადად იყენებდა „საინფორმაციო ნაკადის ტრანსფორმირების მეთოდს“ და თითქმის საერთოდ არ საუბრობდა ამ მოვლენებზე.

ნატო-რუსეთის მოლაპარაკებების პირველი რაუნდის შემდეგ, „მათვარმა არხმა“ განსხვავებით სხვა საკვლევო ტელევიზიებისგან, საინფორმაციო სტიმულების გამოყენებით საზოგადოების ყურადღების ვექტორი რუსეთის „ალტერნატიული გეგმისკენ“ მიმართა. კერძოდ, შექმნა ნარატივი, რომ პუტინი „დასავლეთთან პირწმინდად წაგებულ დიპლომატიის“ შემდეგ, საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიებზე ახალი კონფლიქტური კერებს შექმნიდა. კერძოდ, „მათვარი არხი“ მ.სააკაშვილის წერილზე დაყრდნობით და „საიდუმლო ინფორმაციის გაჟონვით“ ამტკიცებდა რომ: პირველი, მოსალოდნელი იყო ოკუპაციის ახალი ტალღა და აფხაზეთის მიერ ანაკლიისა და ენგურ ჰესის ტერიტორიის მითვისება. მეორე, ე.წ. სმ.ოსეთისა და ჩრდ. ოსეთის გაერთიანება. „მათვარის“ თქმით, კრემლის ეს გეგმა 2009 წელს „ნაც. მოძრაობამ“ სააკაშვილის ხელმძღვანელობით შეაჩერა. თუმცა, „ქართული ოცნება“ ამას ვერ შეძლებდა. მათი თქმით, კი ამ მოვლენების ფონზე ხელისუფლება „რუსული პროექტის 3+3-ის ფორმატში“ მონაწილეობას გეგმავდა. რასაც ამტკიცებდნენ ლავროვის განცხადებით და ე.წ. „საიდუმლო ინფორმაციის გავრცელების“ მეთოდით. „მათვარი არხის“ შეფასებებით, საქართველოსადმი რუსეთის ასეთ „თამამ ქმედებებს“ განაპირობებდა „ხელისუფლების ორაზროვანი ნაბიჯები“. ტელევიზია „მათვარი“ მმართველ პარტიას ხალხის წინაშე „დაუყოვნებლივ“ ამ თემაზე ახსნა-განმარტების გავრცელებისკენ მოუწოდებდა. „მათვარი არხი“ საინფორმაციო გადაცემაში მსგავსი მოსაზრებების გასამყარებლად, ძირითადად, მის სარედაქციო პოლიტიკასთან თანხვედრაში მყოფ ექსპერტებს იწვევდა. საზოგადოებრივი მაუწყებელი კი, მმართველი გუნდის განცხადებებზე დაყრდნობით ამტკიცებდა, რომ საქართველო „3+3-ის ფორმატში“ მონაწილეობას არ მიიღებდა.

„მათვარი არხი“ რუსეთ-უკრაინის კრიზისზე საქართველოს ხელისუფლების პოლიტიკის გასაკრიტიკებლად აქტიურად იყენებდა საინფორმაციო სტიმულებს. მაგალითად სიუჟეტში ავრცელებდნენ მსგავს ფრაზებს: *„მთელი მსოფლიო უკრაინაზეა კონცენტრირებული თუმცა, ოფიციალური კიევის სტრატეგიული მეგობარი საქართველო დუმს ქართული ოცნება არ ჩქარობს, არც საკუთარი პოზიციის მით უფრო, მხარდაჭერის გამოცხადებას, იმის მიუხედავად, რომ სწორედ რუსეთ-უკრაინის დაპირისპირებაზეა დამოკიდებული ქვეყნის ბედიც“*. „მათვარი“ საქართველოსა და

უკრაინის მომავლის ურთიერთკავშირზე აპელირებით კიდევ უფრო ამწვავებდა უკმაყოფილებას მმართველი გუნდის საგარეო პოლიტიკისადმი. ამის საწინააღმდეგოდ „იმედის“ ტელევიზია აქტიურად უშვებდა ინფორმაციას „ქართული ოცნების“ წევრების მიერ პირად სოციალურ ქსელებში გავრცელებულ მხარდაჭერას უკრაინის ტერიტორიული მთლიანობისადმი და კრიტიკას რუსული კიბერ და სამხედრო აგრესიის შესახებ. ასევე, საინფორმაციო გადაცემებში აქტიურად ავრცელებდნენ ცნობებს უკრაინისა და საქართველოს საგარეო საქმეთა მინისტრების სატელეფონო საუბრებზე, რომელსაც ამყარებდნენ საგარეო საქმეთა მინისტრის, დ.ზალკალიანის, კომენტარით. მინისტრის მტკიცებით, მმართველი გუნდისთვის უკრაინის ხელისუფლებასთან თანამშრომლობა იყო პრიორიტეტი. „ქართული ოცნების“ მსგავს აქტივობებს „მთავარი არხი“ „საგარეო პოლიტიკის არქონა და სტრატეგიული პარტნიორის ღალატად აფასებდა“. იგი ამტკიცებდა, რომ უკრაინის ხელისუფლებას საქართველოდან მხოლოდ „ნაციონალური მოძრაობა“ უცხადებდა „უპირობო მხარდაჭერას“.

უკრაინის მხარდამჭერი რეზოლუციის შემუშავებასა და დამტკიცებაზე „მთავარმა არხმა“ და „იმედმა“ ერთგვარი „საინფორმაციო ხმაური“ შექმნეს. „მთავარი“ საინფორმაციო გამოშვებებში საუბრობდა, რომ მმართველმა გუნდმა ტექსტიდან მალულად ამოიღო „რუსეთის“-სახელწოდება. საუბრობდნენ წარსულის ნარატივებით მაგალითად: 2014 წლის უკრაინის მხარდამჭერ რეზოლუციაში თუ, შესაძლებელი იყო რუსეთის ხსენება მაშინ, ამჟამინდელ რეზოლუციაში რატომ მიჩნეობა რუსეთის ჩაწერა პროვოკაციად?!. ამით ამტკიცებდნენ, რომ ხელისუფლების საგარეო კურსი არა დასავლეთისკენ, არამედ ჩრდილოეთისკენ იყო. „იმედი“ ტელევიზიის განცხადებებით კი, „ნაციონალური მოძრაობა“ პროვოკაციას მიმართავდა და უკრაინის მხარდამჭერ დოკუმენტს ხელს ამიტომ, არ აწერდა. ამავე საკითხზე, იმედის ტელევიზია საინფორმაციო გადაცემებში უშვებდა ინტერვიუებს: შლვა პაპაუშვილთან, ირაკლი კობახიძესთან და გიორგი ამილახვართან. ისინი კი, „ომის პარტიისა (ნაც. მოძრაობის)“ და „მშვიდობის პარტიის“ (ქართ. ოცნების) ფრეიმებს ქმნიდნენ. მმართველი პარტიის კომენტარებით იმედის ტელევიზია ავრცელებდა გზავნილს, რომ რეზოლუციის მიღება „უკრაინის მხარდაჭერის ხმამაღალი განაცხადი“ იყო. საუბრობდნენ, რომ საქართველო

მეორე იყო უკრაინის მხარდამჭერ ქვეყნებს შორის, რომელმაც ამ დრონის დოკუმენტი მიიღო. პარალელურად „იმედის“ ტელევიზია ავრცელებდა უკრაინის ოფიციალური პირების საქართველოსადმი მადლობის კომენტარებს, მიღებული რეზოლუციის გამო. მაგალითად, სიუჟეტში ამბობდნენ რომ: *„ფაქტია რადას წევრებს ჩვენი ქვეყნის მიერ გამოცხადებული მხარდაჭერის მიმართ მადლობები არ დაუშურებიათ“*. საინტერესოა, ამ მხრივ საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობაც. იგი განიხილავდა რეზოლუციის ტექსტს და ამბობდა, რომ დოკუმენტში დაგმოილი იყო უკრაინის ტერიტორიაზე რაიმე სახის ესკალაცია. „ნაციონალური მოძრაობა“ კი, დოკუმენტს მხოლოდ ერთი მიზეზით, მასში რუსეთის არ ხსენებით, უარყოფდა. სიუჟეტის ბოლოს კი ასკვნოდა: *„დრო რომ გავა ვინმე ნაკლებად გაიხსენებს ვინ რა არგუმენტით ხელმძღვანელობდა დარჩება მხოლოდ ფაქტები მეგობარი უკრაინის მხარდამჭერი რეზოლუციის მიღებული ტექსტი, რომელსაც ვიღაცამ მხარი დაუჭირა და ვიღაცამ არა“*.- მსგავსი ტექსტები კი, შეფარვითი ინტერპრეტაციის საფუძველია.

ტელევიზია „მთავარი“ „ქართული ოცნების“ საგარეო პოლიტიკის გასაკრიტიკებლად ქმნიდა ფრეიმებს საქართველოში განვითარებულ 2008 წლისა და 1990-იანი წლების მოვლენებზე. მიმართავდნენ „კადრირებისა“ და „ემოციურ სტიმულებზე“ ზემოქმედების მიდგომას. კერძოდ, საინფორმაციო გადაცემებში უშვებდნენ საქართველოს ჰიმნს, კადრებს როგორ იდგა 2008 წელს უკრაინის პრეზიდენტი თბილისში, თავისუფლების მოედანზე. ასევე, იხსენებდნენ რომ აფხაზეთის ომის დროს უკრაინა საქართველოს კონფლიქტის ზონიდან მოსახლეობის ევაკუაციაში თვითმფრინავებით დაეხმარა. ამით ამტკიცებდნენ, რომ მმართველი გუნდის „უუნარო რეზოლუცია“ და მხოლოდ მხარდამჭერი სატელეფონო ზარები უკრაინელი ხალხის დალატი იყო. ამიტომაც, მოუწოდებდნენ ხელისუფლებას უკრაინაში მხარდაჭერის გამოსახატავად ჩასვლისკენ. აღსანიშნავია, რომ „იმედმაც“ გამოიყენა აგვისტოს მოვლენები. კერძოდ მათ გაავრცელეს „ქართული ოცნების“ ნარატივი, რომ მ. სააკაშვილისგან განსხვავებით ვ. ზელნსკი რუსულ პროვოკაციებს არ აჰყვამ. უკრაინაში ოპოზიციის ვიზიტს ტელევიზიების ურთიერთგამომრიცხავი ინტერპრეტაცია მოჰყვამ. „იმედის“ ტელევიზიის მტკიცებით, ოპოზიცია უკრაინაში მხარდასაჭერად კი არ მ. სააკაშვილზე სასაუბროდ გემგზავრა და ეს იყო „პოლიტიკური კვლევობა“. ამ

ვიზიტს, „მთავარი არხი“ აფასებდა, როგორც საერთაშორისო დონეზე საქართველს შერცხვენილი რეპუტაციის ოპოზიციის მხრიდან აღდგენის მცდელობად. საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა კი, გადაფარვისა და საინფორმაციო ნაკადის ტრანსფორმირების მეთოდით საერთოდ თავი აარიდა ამ საკითხზე საუბარს.

უკრაინის პარლამენტში მხარდამჭერი ქვეყნების დროშების გადმოფენის პერფორმანსი საკვლევი ტელევიზიებს შორის პოზიციების დაპირისპირების მიზეზი გახდა. მაგალითად, მთავარი არხის თქმით, მმართველი პარტიის მკაფიო მხარდაჭერის არ არსებობის გამო, საქართველო უკრაინის მოკავშირეთა სიაში ვერ მოხვდა. იმედის ტელევიზია კი ამტკიცებდა, რომ რადაში მხოლოდ იმ ქვეყნების დროშა გაშალეს, რომელთაც უკრაინას სამხედრო მხარდაჭერა გამოუცხადა. მედიაში პოლიტიკური პოლარიზაცია ასევე გამოიკვეთა რუსი ოპოზიციონერების (მაგ: გუტკოვის ჩამოფრენა) საქართველოში არშემოშვების თემაზეც. „მთავარი არხის“ თქმით, ამით დასტურდება რომ ხელისუფლება „პუტინის რუსეთის დავალებებს“ ასრულებდა. ხოლო იმედის განცხადებებით: *„ნაციონალურმა მოძრაობამ გუტკოვისგან სკანდალი ვერ შექმნა, ისევე როგორც უკრაინის მხარდამჭერი რეზოლუციიდან“.*

„მთავარი არხი“ რუსეთ-უკრაინის ომის დაწყებამდე და შემდეგ პერიოდში აქტიურად საუბრობდა რუსეთისთვის სანქციების დაწესების შემთხვევაში საქართველოსთვის მოსალოდნელ „უმძიმეს ეკონომიკურ დანაკარგებზე“. ამ თემაზე მოწვეული ჰყავდათ სარედაქციო პოლიტიკასთან თანხვედრაში მყოფი ეკონომიკის ექსპერტები. რომლებიც ამტკიცებდნენ, რომ ქართული ოცნების ხელისუფლებამ საქართველოს ეკონომიკა სულ უფრო და უფრო გახდა რუსეთზე დამოკიდებული. ამიტომაც, სანქციები საქართველოში ახალ ეკონომიკურ კრიზისს გამოიწვევდა (ვარუდობდნენ პურის ფასის უკიდურესად ზრდას. მათი მტკიცებით საქართველოს ხორბლის მხოლოდ ერთ თვის მარაგი ჰქონდა). „იმედის“ ტელევიზია „მთავარი არხის“ მსგავს სიუჟეტებს უპირისპირებდა ეკონომიკური გამოწვევების ალტერნატიულ ვერსიას, რომ არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ მსოფლიოში პანდემიის გამო ეკონომიკური გამოწვევები შეიქმნა. მაგალითად, აშშ-ის საგარეო ვალი ამ პერიოდში საგრძნობლად გაიზარდა.

საინტერესოა, რომ „იმედის“ ტელევიზია ომის დაწყების შემდეგ ბერად კრიტიკული გახდა ოპოზიციისადმი. მაგალითად, სტუდიაში მიწვეული ექსპერტი ამირან სალუქვაძე მწვავედ აკრიტიკებდა 2008 ომის შედეგებზე „ნაც. მოძრაობას“. გარდა ამისა, „იმედის“ ტელევიზია გარკვეულ წილად უკრაინის ხელისუფლებას აკრიტიკებდა. მაგალითად: სტუდიაში მიწვეული სამხედრო ექსპერტი, ლევან ნიკოლეიშვილი, უკრაინის ხელისუფლებას ადანაშაულებდა რუსეთიდან მომდინარე საფრთხის სწორად ვერ შეფასებაში. ამის ფონზე კი, „მთავარი“ ავრცელებდა ინფორმაციას, რომ უკრაინა რუსული აგრესიისგან თავის დასაცავად აქტიურად ემზადებოდა. ასევე, რუსეთ-უკრაინის ომის დაწყების შემდგომ „მთავარი“ ხელისუფლების კრიტიკასა და აქციებზე იყო ფოკუსირებული. ხოლო, „იმედის“ ტელევიზიის ინტერპრეტაციით საქართველოში გამართული სოლიდარობის აქცია (25 თებერვალის) „ნაციონალური მოძრაობის“ პოლიტიკურ მიზნებს ემსახურებოდა და ხელისუფლების დესტაბილიზაციის მცდელობა იყო. ამის მტკიცებულებად გაუშვეს „ნაც. მოძრაობის“ „საიდუმლო ჩანაწერები“, სადაც პარტიის წევრები განიხილავდნენ საერთაშორისო დამაბულობის ფონზე საქართველოს ხელისუფლებაზე გაბრაზებული მოსახლეობის თვალში პატრიოტებად წარმოჩენაზე. „მთავარი არხის“ მიერ შექმნილი კონტენტით სოლიდარობის აქციამ დაამტკიცა, რომ ქართველი ხალხის ინტერესებს ხელისუფლება არ გამოხატავს.

25 თებერვალს სანქციების თემაზე იუნკერების მემორიალიდან პრემიერის განცხადების (რუსეთის წინააღმდეგ საერთაშორისო სანქციების არაეფექტურობაზე, რასაც ოპოზიციის მხრიდან მწვავე კრიტიკა მოჰყვა) განმარტებისთვის „იმედი“ ვრცელ ინტერვიუებს წერდა: ლევან დავითაშვილთან, დ.ზალკალიანთან, თ.წულუკიანთან ნ.სამხარაძესთან და მმართველი გუნდის სხვა წარმომადგენლებთან. ისინი ქმნიდნენ განწყობას, რომ ხელისუფლება თანმიმდევრულად მოქმედებდა და სანქციებს მხოლოდ ქართველი ხალხის ეკონომიკური ინტერესების/უსაფრთხოების გამო არ უერთდებოდა. ასევე, პრემიერ ღარიბაშვილის ინტერვიუ გაუშვეს „იმედის“ საინფორმაციო გადაცემაში. სადაც ამ თემაზე ოპოზიციის კრიტიკას იგი ასე გამოეხმაურა: *„ძალა (ნაც. მოძრაობა) რომელმაც 2006-2007 წელს ე.წ. სმ.ოსეთში ჩაატარა პარალელური არჩევნები. 1990 წელს გაუქმებული ე.წ. სმ ოსეთის საზღვრები აღადგინა, კოდორს ზემო აფხაზეთი*

უწოდა. ეს ძალა დღეს ცდილობს პროვოკაციებს, რომ ხელისუფლება თითქოს უკრაინას მხარს არუჭერს“.

„მთავარი არხისა“ და „იმედის“ ტელევიზიაც სარედაქციო ფილტრში ატარებდა პოლიტიკოსების განცხადებებს და საქართველოსთან მიმართებით მხოლოდ იმ საერთაშორისო აქტორების კომენტარებს უშვებდნენ, რომელიც მათ პოლიტიკურ მრწამს შეესაბამებოდა. გარდა ამისა, ისინი მიმართავდნენ მანიპულაციურ სათაურებს (მაგ: „მთავარი არხის“ სიუჟეტის სათაური- „უკრაინის კრიზისი „ოცნების“ ხელისუფლების ყურადღების მიღმა“. იმედი-„რადიკალების ჩაშლილი გეგმები“)

„მთავარი არხისა“ და „იმედის“ ტელევიზიებისგან განსხვავებით საზოგადოებრივი მაუწყებელი არ იყენებდა ფაქტების მსგავს ინტერპრეტირებას, თუმცა მუდმივად იყენებდა საინფორმაციო სუბსიდირების მეთოდს. კომენტარის საშუალებით კი, წინ წამოწევდა მიმდინარე მოვლენებთან დაკავშირებულ სახელისუფლებო ნარატივს.

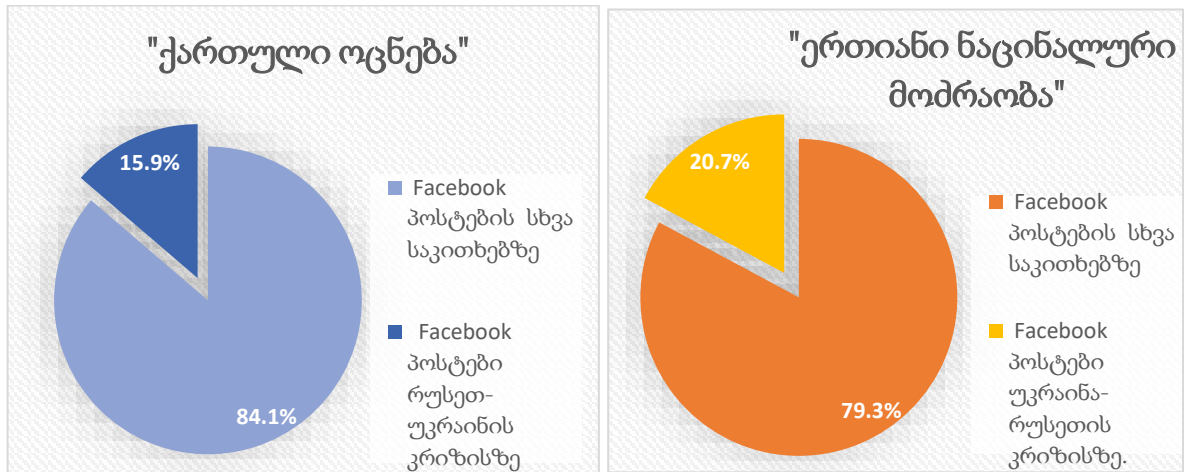
ტელევიზიების მიერ გამოყენებული საკვანძო ტერმინები: „იმედის“ ტელევიზია- „რადიკალების ჩაშლილი მიზნები“, „ომის პარტია“ „ომი თუ მშვიდობა“. „მთავარი არხი“ -„გეოპოლიტიკური რადარებიდან გაქრობა“, „ზედმეტად ფრთხილი პოლიტიკა“, „უკრაინის დამარცხება საქართველოს დამარცხებაა“.

III თავი: რაოდენობრივი კვლევის შედეგები

რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზის შედეგები პარტიების „Facebook“ გვერდებისა და ტელევიზიების მონაცემების მიხედვით, კატეგორიებად დაფასავი. კვლევის შედეგები, კონკრეტულად, ტელევიზიების საეთერო ბადეში რუსეთ-უკრაინის კონფლიქტისთვის დათმობილი დრო (იანვარი თებერვლის თვის მიხედვით) და სიახლეების რიგითობა, „ნაციონალური მოძრაობისა“ და „ქართული ოცნების“ Facebook გვერდებზე გამოქვეყნებული „პოსტების“ პროცენტული წილი წარმოვადგინე დიაგრამების სახით.

3.1 „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ პარტიების „Facebook“ გვერდები

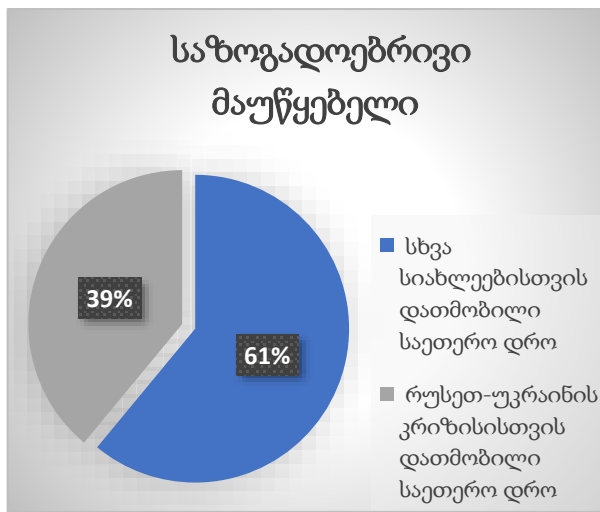
კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ „Facebook“ გვერდზე „ქართული ოცნების“ პარტიამ რუსეთ-უკრაინის კრიზისს მთლიანი „პოსტების“ 15.9% (იხ.ცხრილი№1) დაუთმო ხოლო, „ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ“ 20.7% (იხ.ცხრილი№2). ეს მიუთითებს, რომ „ნაც.მოძრაობა“ რეგიონში შექმნილ დაძაბულობას შედარებით უფრო აქტიურად განიხილავდა. აღსანიშნავია, რომ ქართულმა ოცნებამ უკრაინის მხარდასაჭერი განცხადება მხოლოდ ომის დღეს 24 თებერვალს გააკეთა. მმართველი პარტია რუსეთი-უკრაინის თემაზე იანვრის თვეში გამოქვეყნებულ „პოსტებში“ ძირითადად საუბრობდა საერთაშორისო საზოგადოებასთან „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლების შეხვედრებზე. თებერვლიდან კი, აქტიურად იწყებს რუსეთი-უკრაინის საკითხზე „ნაც.მოძრაობის“ კრიტიკის შემცველი განცხადებების გამოქვეყნებას. აღსანიშნავია, რომ ამ პერიოდს დაემთხვა უკრაინის მხარდამჭერი რეზოლუციის დამტკიცება და ოპოზიციის ვიზიტი კიევში. „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ „Facebook“ გვერდზე უკრაინა-რუსეთის საკითხზე გააქტიურებას თებერვლიდან იწყებს. იგი აქტიურად მიმართავდა ფოტო მანიპულირების მეთოდსაც და ადარებდა 2008 წლის აგვისტოს ომისა და 2022 წლის 24 თებერვლის ომის ქრონიკებს.



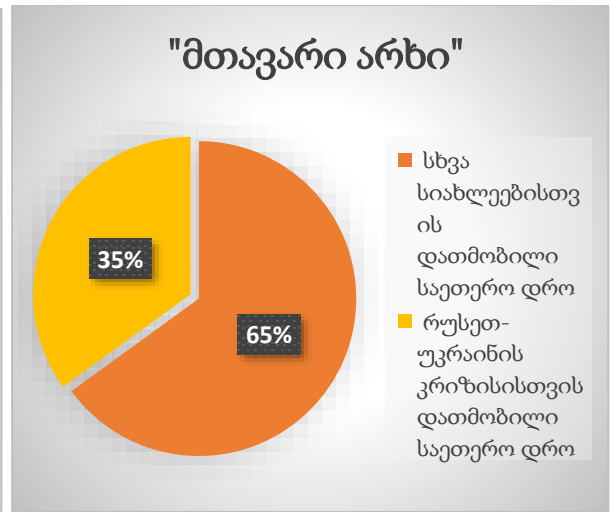
3.2 საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იმედის“ ტელევიზიისა და „მთავარი არხის“ მონაცემები

ტელევიზიების საეთერო ბადის შესწავლით დადგინდა, რომ მიუხედავად მცირე სხვაობისა სამივე მათგანმა თითქმის თანაბარი დრო დაუთმო რუსეთ-უკრაინის კრიზისის შესახებ ინფორმაციების გავრცელებას. კერძოდ, საკვლევი პერიოდის განმავლობაში საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა საეთერო დროის 39% (იხ.ცხრილი: №3), „მთავარმა არხმა“-35% (ცხრილი: №4), და „იმედმა“ 32% (ცხრილი: №5) დაუთმო. თუმცა, ეს მონაცემები თვეების მიხედვით, მნიშვნელოვნად შეიცვალა. კერძოდ, იანვრში „იმედის“ ტელევიზიამ რუსეთ-უკრაინის კრიზისზე საუბრისას „მთავარ არხთან“(15%; იხ.ცხრილი№8) შედარებით მეტი დრო დაუთმო (21%, იხ.ცხრილი№6). ეს განაპირობა იმან, რომ „იმედის“ ტელევიზია აქცენტს აკეთებდა ამ პერიოდში მთავრობის მიერ გამართულ საერთაშორისო მოლაპარაკებებზე. ხოლო, „მთავარი არხი“ საინფორმაციო ნაკადების ტრანსფორმირების მეთოდით“ ამ საკითხებზე საუბარს გვერდს უვლიდა. „მთავარსა“ და „იმედის“ ტელევიზიებს შორის მონაცემები მნიშვნელოვნად იცვლება თებერვალში. ამ პერიოდში ოპოზიცია იწყებს გააქტიურებას და მიემგზავრება უკრაინაში შეხვედრების გასამართად. ასევე, პარალელურად ოპოზიციის მონაწილეობით ტარდება სოლიდარობის აქციები, რომელთა გაშუქებას „მთავარი არხი“ საეთერო დროის 49%-ს უთმობს (იხ.ცხრილი №9). სანაცვლოდ „იმედის“ ტელევიზია „საინფორმაციო ნაკადების ტრანსფორმირების მეთოდი“ ამ თემებზე თითქმის არ საუბრობს და თებერვლის თვეში რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებულ მოვლენებს საეთერო დროის 34% უთმობს (იხ.ცხრილი №7).

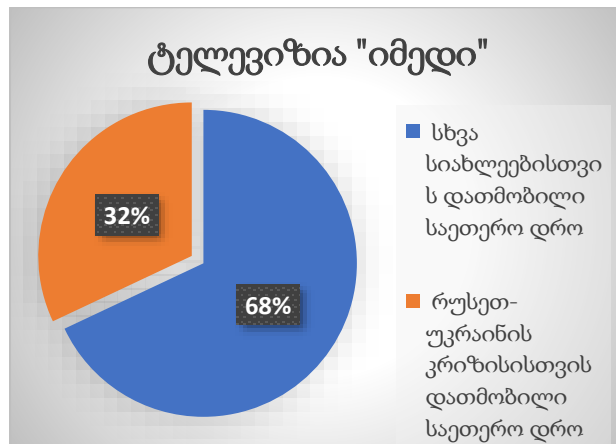
ცხრილი: №3



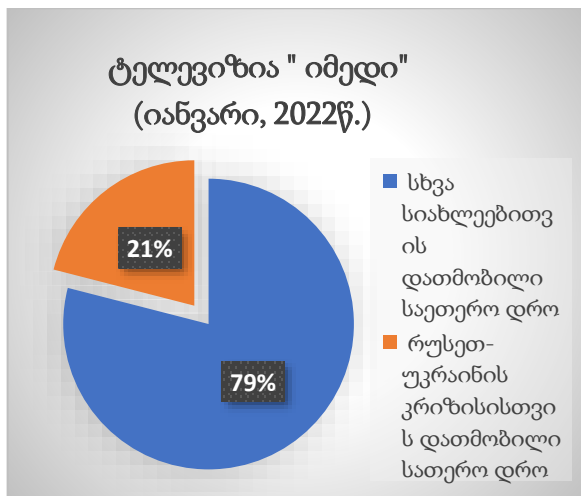
ცხრილი: № 4



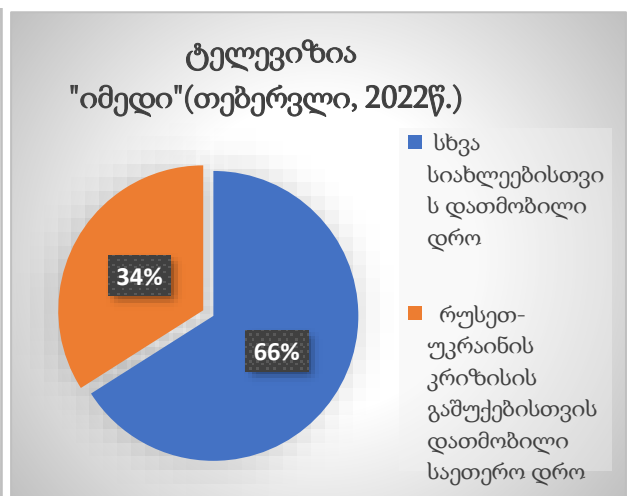
ცხრილი: №5



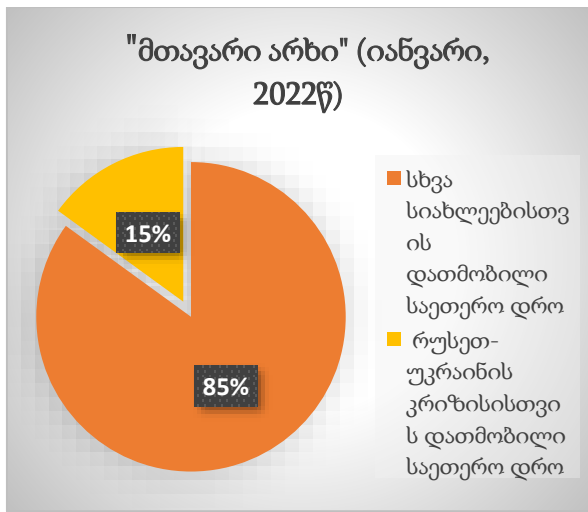
ცხრილი: №6



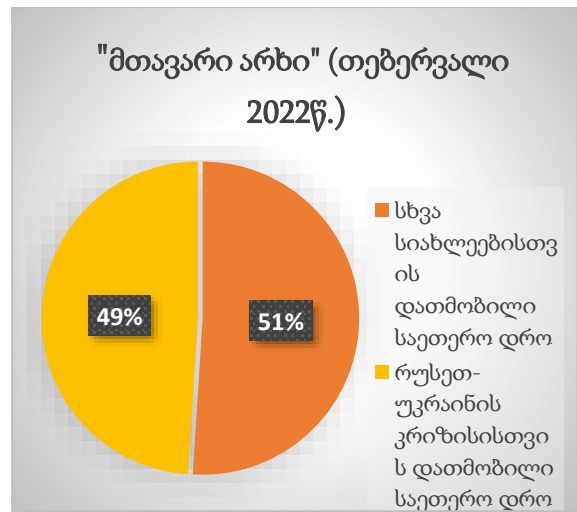
ცხრილი: №7



ცხრილი: №8

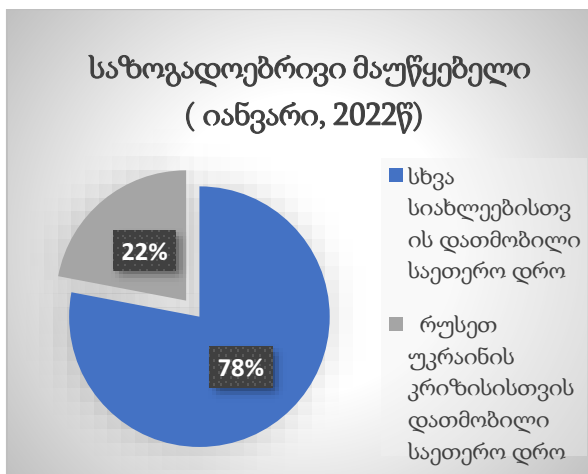


ცხრილი: №9

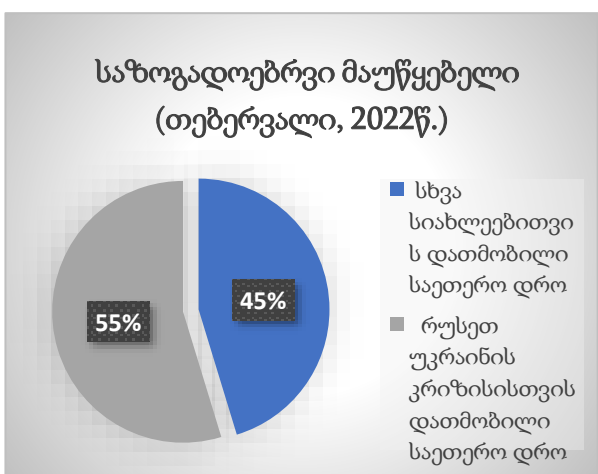


საზოგადოებრივი მაუწყებელი თანმიმდევრულად აშუქებდა რუსეთ-უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებულ მოვლენებს. ამიტომაც, როგორც იანვარში (22% იხ.ცხრილი:№10), ისე თებერვლში (55% იხ.ცხრილი:№11) ყველაზე მეტ საეთერო დროს უთმობს. თუმცა აღსანიშნავია, რომ მოვლენებთან ერთად თითქმის ამ საეთერო დროის ნახევარი მიუძღვნა მმართველი პარტიის ინტერვიუებისა და კომენტარების გაშვებას. ვინაიდან, იგი „ინფორმაციის დაბალანსების, მშრალი ფაქტებისა და კომენტარის მეთოდებს მიმართავდა“ და მმართველი გუნდის კომენტარებისა და ინტერვიუების გამოყენებით საინფორმაციო გადაცემაში უკვე გასულ მშრალ ფაქტებზე ქართული ოცნების ნარატივს ავრცელებდა.

ცხრილი: №10



ცხრილი: №11



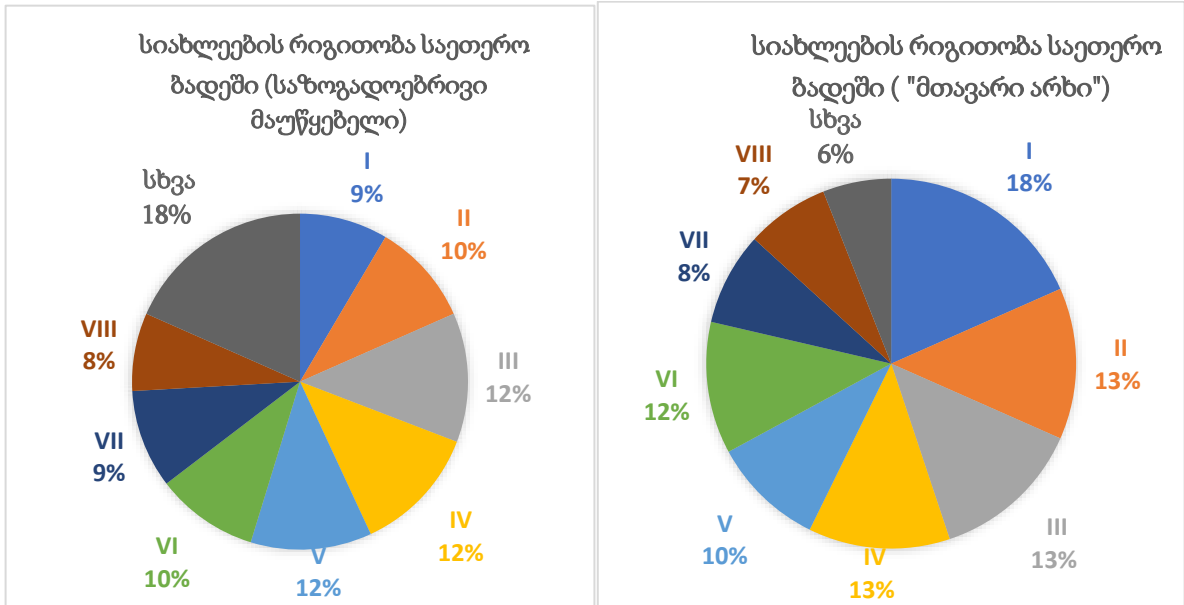
მნიშვნელოვანი მიგნებები გამოიკვეთა ტელევიზიების საეთერო ბადეში ახალი ამბების რიგითობის კვლევისას. კერძოდ, რუსეთ-უკრაინის თემაზე გასული

სიუჟეტების 18 % (იხ.ცხრილი: №12) „მთავარ არხმა“ გაუშვა პირველ ადგილზე და მერვე სიახლის შემდეგ მხოლოდ 6% (იხ.ცხრილი: №12). შესაბამისად, „მთავარი არხისთვის“ ამ თემაზე საუბარი პრიორიტეტული იყო. ხოლო, საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა პირველ სიახლედ მხოლოდ სიუჟეტების 9%(იხ.ცხრილი: №12) და მერვე სიახლის შემდგომ ადგილზე სიუჟეტების 18% (იხ.ცხრილი: №11) გაუშვა. იმედი ტელევიზიამ კი, ყველაზე მეტ შემთხვევაში უკრაინა-რუსეთის საკითხზე სიუჟეტების 23% (იხ.ცხრილი: №13) გაუშვა მერვე ადგილზე უფრო გვიან და სხვა ტელევიზიებთან შედარებით ყველაზე ცოტა მხოლოდ 10% გაუშვა პირველ სიახლედ (იხ.ცხრილი: №13). აღსანიშნავია, რომ „იმედის“ საინფორმაციო გადაცემებში პირველ ადგილზე რუსეთ-უკრაინის თემაზე სიახლეებს ძირითადად ამ საკითხთან დაკავშირებით ხელისუფლების ქმედებებზე პოზიტიურ კონტექსტში საუბრისას უშვებდნენ. ხოლო, უშუალოდ უკრაინაში მიმდინარე მოვლენებს საეთერო ბადეში ძირითადად ბოლო ადგილს უთმობდნენ. გარდა ამისა, სამივე ტელევიზია მისთვის სასურველი პოლიტიკური განწყობის შესაქმნელად მიმართვდა „სემანტიკური შეჯახების მეთოდს“. კერძოდ, ინფორმაცია ისე იყო დალაგებული, რომ ერთმანეთს ავსებდა წინა და მომდევნო სიახლეები. ხოლო, „მთავარი არხი“ და „იმედის“ ტელევიზია „ინფორმაციულ-პროპაგანდისტული ინდუქციის მეთოდით“ მათთვის არასასურველი პოლიტიკური ძალისადმი ნეგატიურ განწყობას ქმნიდნენ. მაგალითად: „მთავარის“ საინფორმაციო გადაცემებში მმართველი პარტიის ნეიტრალურ პოლიტიკაზე საუბარს მოჰყვებოდა საქართველოს ოკუპირებულ ტერიტორიებზე უკანონო ბორდერიზაციის ახალ შემთხვევებზე საუბარი. რითაც ხაზს უსვამდნენ, რომ ხელისუფლების ფრთხილი პოლიტიკა უსაფრთხოების გარანტი არაა. „იმედის“ საინფორმაციო გადაცემებში კი, თბილისში გამართულ სოლიდარობის აქციაზე სიახლეს მოსდევდა „ნაციონალური მოძრაობის“ ფარულ ჩანაწერებზე საუბარი (სადაც განიხილებოდა, რომ „ნაც.მოძრაობის“ პარტიას უკრაინის საკითხი საქართველოში ხელისუფლების დისკრედიტაციაში უნდა გამოეყენებინა). ამით იმედი ქმნიდა განწყობას, რომ „ნაციონალური მოძრაობის“ უკრაინისადმი მხარდაჭერა ყალბი იყო. რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზით კიდევ ერთხელ დასტურდება, რომ მიუხედავად გარკვეული

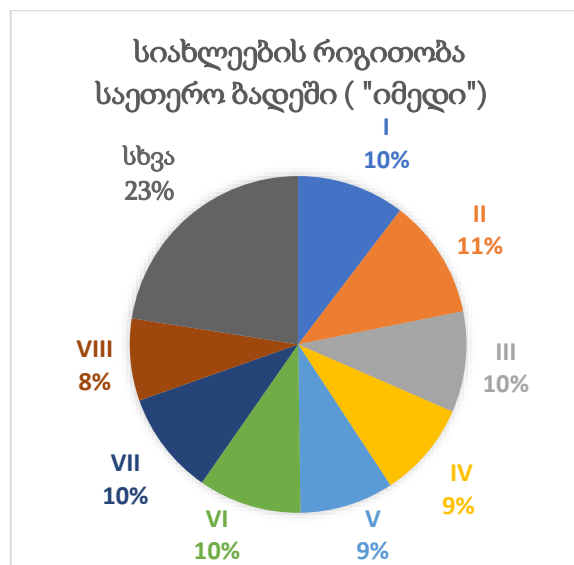
დეტალების ობიექტურად გაშუქებისას, სამივე ტელევიზიის ეთერში რუსეთ-უკრაინის საკითხზე გასული ყველა სიუჟეტი სხვადასხვა ასპექტით სუბექტური იყო.

ცხრილი: №11

ცხრილი: №12



ცხრილი: №13



კვლევის მიგნებები

ნაშრომის ფარგლებში პარტიების, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ და „ქართული ოცნების“, „Facebook“ გვერდებისა და ტელევიზიების კვლევის შედეგად გამოიკვეთა შემდეგი მიგნებები. კერძოდ, „ქართული ოცნების“ პარტია რუსეთ-უკრაინის კრიზისის პერიოდში ორიენტირებული იყო არა საერთაშორისო მოვლენების განვითარებაზე, არამედ „ნაციონალური მოძრაობის“ კრიტიკასა და მმართველი პარტიის ნაბიჯებზე. ამტკიცებდნენ, რომ მმართველმა გუნდმა რეგიონში შექმნილი კრიზისის ქვეყნის სასიკეთოდ გამოყენება შესძლო და საქართველომ ნატოსა და ევროკავშირში გაწევრიანების თვალსაზრისით წინ წაიწია. „ქართული ოცნების“ თქმით, ქვეყნისთვის რუსეთ-უკრაინის კრიზისიდან მომდინარე საფრთხეები ხელისუფლების აქტიური მუშაობის შედეგად მაქსიმალურად შემცირდა. აღსანიშნავია, რომ „იმედის“ ტელევიზიის მიერ რუსეთ-უკრაინის კრიზისზე მოვლენების გაშუქების რაკურსი „ქართული ოცნების“ „Facebook“ გვერდზე გავრცელებულ თვალსაზრისთან იყო დაკავშირებული. კერძოდ, იგი ახალ ამბებში კრიზისზე სიუჟეტს იმ შემთხვევაში უშვებდა პირველ ადგილზე თუ, საქმე ეხებოდა მმართველი პარტიის საერთაშორისო ან ადგილობრივი დონის შეხვედრებსა და აქტივობებს. ამიტომაც, იგი ყველაზე მეტ დროს რეგიონში დამაბულობის თემაზე საუბარს უთმობდა, როდესაც იმართებოდა მმართველი პარტიის საქმიანი ვიზიტები რუსეთ-უკრაინის კრიზისის შედეგად შექმნილ გამოწვევებზე. ასევე, „იმედი“ სახელისუფლებო ნარატივებით აკრიტიკებდა „ნაციონალური მოძრაობის“ საქმიანობას“. „იმედის“ ტელევიზიისგან განსხვავებით საზოგადოებრივი მაუწყებელი საკვლევ საკითხზე ავრცელებდა ობიექტურ ინფორმაციას. თუმცა, კვლევის დროს საინფორმაციო გადაცემებში ოპოზიციის წარმომადგენლების არცერთი ინტერვიუ არ გაუშვია. სანაცვლოდ, იგი რეგიონში მიმდინარე მოვლენებზე მმართველი პარტიის ვრცელ კომენტარებსა და ინტერვიუებს ავრცელებდა. საყურადღებოა, რომ ამ პერიოდში თითქმის ყოველდღიურად საზოგადოებრივი მაუწყებელი მსგავსი მეთოდით წარმოადგენდა რუსეთ-უკრაინის საკითხის სახელისუფლებო ხედვას.

„ერთიანმა ნაციონალურმა მოძრაობამ“ „Facebook“ გვერდზე რუსეთ-უკრაინის საკითხის განხილვას მმართველ პარტიასთან შედარებით მეტი დრო დაუთმო. იგი

საკვლევი პერიოდის განმავლობაში არაეფექტურად აფასებდა ხელისუფლების საქმიანობას, მოუწოდებდა მას კონკრეტული, ხისტი ნაბიჯების გადადგმისკენ და ერთგვარ სამოქმედო გეგმას უსახავდა. გადა ამისა, იგი პარტიის ოფიციალური „Facebook“ გვერდის გამოყენებით ავრცელებდა უკრაინის სოლიდარობის აქციაზე მისვლისა და მმართველი პარტიის საგარეო პოლიტიკის კრიტიკის ემოციურ განცხადებებს. „ნაციონალური მოძრაობის“ მსგავსად „მთავარმა არხმაც“ რუსეთ-უკრაინის თემა სხვა ტელევიზიებთან შედარებით განხილვის მთავარ საკითხად აქცია. იგი რეგიონში შექმნილ გამოწვევებზე ძირითადად „ნაციონალური მოძრაობის“ სასარგებლო ინფორმაციას ავრცელებდა. კერძოდ, სრულად ემთხვეოდა „მთავარი არხისა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ მმართველი პარტიისადმი კრიტიკა და სამოქმედო მოწოდებები.

კვლევის მონაცემების შედარების საფუძველზე, შეიძლება ითქვას, რომ „ქართულმა ოცნებამ“ და „ნაციონალურმა მოძრაობამაც“ რუსეთიდან საქართველოს მიმართულებით ახალი აგრესიის განსხვავებული „ფრეიმი“ შექმნეს. ქართული ოცნების ვერსიით, ხელისუფლების ხისტი პოზიცია შესაძლებელია რუსეთისთვის აგრესიის საბაზი გამხდარიყო. ხოლო, „ნაციონალური მოძრაობის“ მტკიცებით, მმართველი გუნდის „ზედმეტად რბილი“ პოზიცია ქვეყნას საერთაშორისო მხარდაჭერას დააკარგვინებდა და რუსეთს საქართველოს ახალი ტერიტორიების ოკუპაციის შესაძლებლობას მისცემდა. ასევე, ორივე პარტიამ შექმნა 2008 წლის ომზე „ფრეიმი“. ამ შემთხვევაში „ნაციონალური მოძრაობა“ ხაზს უსვამდა, რომ მიმდინარე მოვლენებმა აგვისტოს ომის გარდაუვალობა დაამტკიცა. ხოლო, „ქართული ოცნება“ ამ მიმართულებით აკრიტიკებდა მაშინდელ ხელისუფლებას (ნაც.მოძრაობას), რომ უკრაინის პრეზიდენტის მსგავსად არ იმოქმედა. აღსანიშნავია, რომ ეს ფრეიმები ტელევიზიის გამოყენებითაც ჟღერდებოდა („ნაციონალური მოძრაობის ფრეიმს - „მთავარი არხი“ ავრცელებდა „ქართული ოცნებისას“ კი- იმედის“ ტელევიზია). ორივე პარტიის მიერ შექმნილი ფრეიმები მორგებული იყო საზოგადოების სოციალურ-კულტურულ ასპექტებზე მაგ: „ნაციონალური მოძრაობა“ უკრაინისა და საქართველოს მომავლის ურთიერთკავშირზე შექმნილ ფრეიმს ამყარებდა რუსული ოკუპაციის საერთო გამოცდილებით. აღსანიშნავია, რომ საკვლევად შერჩეული ორივე პარტია საზოგადოებრივ აზრზე

ზემოქმედებისთვის იყენებდა “საუნდბაიტებს“ „საინფორმაციო და ემოციურ სტიმულებს“ „სასურველი განწყობის“, „მითების“ და საყოველთაო მხარდაჭერის შექმნის“ მეთოდებს.

კვლევისას ასევე გამოიკვეთა, რომ „მთავარი არხი“ და „იმედიც“ მათთვის მისაღები პოლიტიკური ძალის სასრგებლოდ იყენებდა: „საინფორმაციო სუბსიდირების“, „სასურველი განწყობის შექმნის“, „საინფორმაციო ნაკადების ტრანსფორმირების“, „ქვეცნობიერი საინფორმაციო სტიმულების“, „გასაიდუმლოებული ინფორმაციის გაჟონვის“, „სემანტიკური შეჯახების“, „იარლიყების მიწებებისა“ და „საყოველთაო მხარდაჭერის ილუზიის შექმნის“ მეთოდებს. „მთავარი არხისა“ და „იმედი“ ტელევიზიისგან განსხვავებით საზოგადოებრივი მაუწყებელი მოსახლეობაზე ზემოქმედებისთვის მიმართავდა მშრალი ფაქტებისა და კომენტარების ტექნიკას. ამ მიზნით „ინფორმაციის დაბალანსებისა“ და საინფორმაციო ნაკადების ტრანსფორმირების“ მიდგომას იყენებდა.

დასკვნა

ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი კონტენტ-ანალიზის შედეგების მიხედვით, კვლევის ჰიპოთეზების ჭეშმარიტება დადასტურდა. კერძოდ, ქვეყნში არსებული პოლარიზებული პოლიტიკური (Mancini & Hallin, 2004) გარემოს შესაბამისად ტელევიზიებმა მათი სარედაქციო პოლიტიკის მიხედვით, რუსეთ-უკრაინის კრიზისზე ურთიერთსაწინააღმდეგო დღის წესრიგი შექმნეს. „იმედის“ ტელევიზიამ ჩამოაყალიბა პარტია „ქართული ოცნების“ მხარდამჭერი „ფრეიმები“, რომელიც შერჩევითად წინ წამოწევდა მოვლენების სასურველ ასპექტებს და ავრცელებდა „ქართული ოცნების“ სასარგებლო ხედვას. მსგავსად მოიქცა „მთავარი არხიც“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ ხელშემწყობი დღის წესრიგი შექმნა. ამ შემთხვევაში, ორივე ტელევიზია ორიენტირებული იყო მათი პოლიტიკური შეხედულებებიდან გამომდინარე მოვლენების ინტერპრეტირებაზე. საზოგადოებრივი მაუწყებელი კი, ხელისუფლების გზავნილებს „საინფორმაციო სუბსიდირების“ გამოყენებით ავრცელებდა. აღსანიშნავია, რომ მთავარი არხის მიერ გავრცელებული შეხედულებები პირდაპირ იყო დაკავშირებული „ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ პარტიის „Facebook“ გვერდზე შექმნილ განწყობასთან. ასევე, მსგავსი კავშირი გამოიკვეთა „ქართული ოცნების“ „Facebook“ შინაარსსა და „იმედის“ ტელევიზიის დღის წესრიგს შორის.

„ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ და „ქართული ოცნების“ პარტიებმა საზოგადოებრივი აზრის შესაქმნელად გამოიყენეს მანიპულაციის (Lilleker.2006) ერთი და იგივე მეთოდები. მათ მიერ შექმნილი ფრეიმები (Entaman.1993) კი, ერთმანეთის გზავნილების გაბათილებაზე იყო გათვლილი. იდენტურად მოქმედებდნენ საკვლევი ტელევიზიებიც. ისინი სარედაქციო პოლიტიკის მიხედვით, მრავალფეროვან მანიპულაციის მეთოდებს მიმართავდნენ. როგორც მოსალოდნელი იყო ტელევიზია „მთავარამა“ „იმედთან“ შედარებით საინფორმაციო გამოშვებებში რუსეთი-უკრაინის კრიზისი ძირითად განსახილველ თემადა აქცია. რუსეთი-უკრაინის კრიზისის პერიოდში მმართველი პარტია და „ნაციონალური მოძრაობა“ ერთმანეთის პოლიტიკის კრიტიკის მიმართულებით მუშაობდნენ. ტელევიზიები კი, ამ პროცესში

ერთგვარი „პოლიტიკურ აქტივისტების“ (Mancini & Hallin, 2004) როლს ასრულებდნენ და რეალური პოლიტიკის იმიტირებას ახორციელებდნენ.

ბიბლიოგრაფია

“არჩევნების შეფასების გრძელვადიანი მცირე ზომის მისია საქართველოს 2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნები“.(2021). NDI;

https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Georgia%202021%20Limited%20Long%20Term%20Election%20Assessment%20Mission%20Report%20GEO_0.pdf

ბული, ჰ. (2004). „*არსებობს თუ არა წესრიგი მსოფლიო პოლიტიკაში*“. (რედ. თურმანიძე, თ). „საერთაშორისო ურთიერთობების თეორია/ქრესტომათია“. თბილისი: სამოქალაქო ინიციატივების ინსტიტუტი.(116-140).

დუნდუა, ს. (2020). „*ჯონ სტიუარტ მილი, თავისუფლების შესახებ*“. თანამედროვე დროის პოლიტიკური მოძღვრებები. თბილისი (471-527).

კორნელი, ვ. კაკაბაძე, შ. (2022, თებერვალი 22). "*მცოცავი ფინლანდიზაცია თუ კეთილგონივრული საგარეო პოლიტიკა: საქართველოს სტრატეგიული გამოწვევები უკრაინის კრიზისის ფონზე*". პოლიტიკის დოკუმენტი #29. საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი;

<https://bit.ly/3bs1IJ7>

ლიკლიკაძე, ვ. (2022, იანვარი 11) „*რთული მოლაპარაკება თუ, რთული საუბარი-რუსეთს ამჯერად ნატოში მოუსმენენ*“. „რადიო თავისუფლება“

<https://www.radiotavisupleba.ge/a/31649640.html>

მაკიაველი, ნ. (2012), „*მთვარი*“. თბილისი: ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა.

„*რა გავლენა შეიძლება ჰქონდეს რუსეთის მიმართ დაწესებულ სანქციებს საქართველოს ეკონომიკაზე?*“. (2022, მარტი 04), ექსპერტთა კომენტარი #20. საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი:

<https://bit.ly/3zVVnzx>

მაცაბერიძე, მ. (2015), „*სალექციო კურსი: პოლიტიკური კომუნიკაცია*“. მელიქიძე გიორგი. თსუ. თბილისი.

პარტიების „Facebook“ გვერდები (12/01/2022- დან 28/02/2022 ჩათვლით). „ქართული ოცნებისა“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“.

<https://www.facebook.com/nacionalurimodzraoba>

<https://www.facebook.com/GeorgianDreamOfficial>

- ტელევიზიები (12/01/2022- დან 28/02/2022 ჩათვლით). საოზოგადობრივი მაუწყებლის (პირველი არხი)- „მოამბე“ 12-18-20- საათინი, „იმედის“ ტელევიზიის ქრონიკა“ 11-17-20-საათიანი, „მთვარი არხის“ „მთავარი“ 12-18-20- საათინი, <https://1tv.ge/show/moambe/> <https://www.imeredi.ge/> <https://mtavari.tv/mtavari-news/latest>
- შოლტე, ი. (2004). „*მსოფლიო პოლიტიკის გლობალიზაცია*“. (რედ. თურმანიძე, თ), „საერთაშორისო ურთიერთობების თეორია/ქრესტომათია“. თბილისი. სამოქალაქო ინიციატივების ინსტიტუტი. (170-195).
- ჭავჭავაძე, ი. (2012)., პუბლიცისტური წერილები. თბილისი: პალიტრა L.
- Borah, P. (2011). „Conceptual Issues in Framing Theory“. A Systematic Examination of a Decade's Literature Journal of Communication, Volume 61. Issue 2. (pp. 246–263). <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/61/2/246/4098438>
- Carey J,M. Shugart M,S. (1998). “Executive Decree Authority”. United State of America: Cambridge University Press.
- Caucasus Barometer (2022), “Do you use Facebook?” <https://caucasusbarometer.org/en/cb2021ge/APPFB/>
- Caucasus Barometer. (2017). “Main Sources of Information – First Source”. <https://caucasusbarometer.org/en/nj2017ge/INFSOU1/>
- Chance, M,. & Smith-Spark. L,. (2022, January 28). “*Tensions are high on Ukraine's border with Russia. Here's what you need to know*”. CNN. <https://edition.cnn.com/2022/01/20/europe/ukraine-russia-tensions-explainer-cmd-intl/index.html>
- Entman, R. (1993). „*Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*“. Journal of Communication. Volume 43, Issue 4 (pp: 51-58). <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/43/4/51/4160153?redirectedFrom=fulltext>
- Herb,J,. Hansler,J,. & Bertrand.N,. (2022, January 13). “*US says Russia made no commitments to de-escalate Ukraine crisis after latest round of talks*”. CNN. <https://edition.cnn.com/2022/01/12/europe/nato-russia-council-summit-ukraine-intl/index.html>
- Humphreys, P,. Just, N. (Ed.),. & Puppis, M,. (Ed.) (2011). “*A political scientist's contribution to the comparative study of media systems in Europe: a response to Hallin and Mancini*”. In

Trends in Communications Policy Research. (European Communications Research and Education Association (ECREA); Vol. 7). Intellect Ltd.

<https://bit.ly/3QGJKma>

Iyengar, S., & Kinder D. R., (2010). „News That Matters: Television and American Opinion, Updated Edition“. United States of America. University of Chicago Press

Kahneman, D., Tversky, A., (1984). “Choice, values, and frames”. American Psychologist #39. (PP.341-350).

https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/9789814417358_0016

Kubin, E., & Sikorski, C, V., (2021). „*The role of (social) media in political polarization: a systematic review*“. Annals of the International Communication Association. Volume 45. Issue 3. (PP:188-206).

<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23808985.2021.1976070>

Lilleker, D. G., (2006). „Key concepts in political communication“. London: SAGE Publications Ltd.

Liptak, K. (2021, December 04). “*US intelligence estimates Russian troop levels on Ukraine border could reach 75,000*”. CNN.

<https://edition.cnn.com/2021/12/04/politics/russia-ukraine-troops-border-us-intelligence-reports/index.html>

Nye, J.S. „*has Putin’s invasion changed the world order?*“. (2022, March 01). The Spectator.

<https://bit.ly/3nhKCzW>

Mancini, P., & Hallin, D., (2004). Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press.

McCombs, M. E., & Shaw, L.D., (1972). "*The agenda-setting function of mass media*". The Public Opinion Quarterly. Vol. 36, No. 2, Oxford: Oxford University Press. (pp. 176-187);

https://www.academia.edu/13123517/The_Agenda_Setting_Function_of_Mass_Media

Modelski, G.(1987), „*Long cycles in world politics*“. London: Macmillan. (pp 244);

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/030913258901300221?journalCode=phgb>

Stieglitz, S. Brockmann, T. and Linh-Dang, X .(2012). "*Usage Of Social Media For Political Communication*"., Vietnam. PACIS. pp22;

<https://www.researchgate.net/publication/259703948> Usage of Social Media for Political Communication

„The events leading up to Russia's invasion of Ukraine“. (2022, March 03). Reuters.

<https://www.reuters.com/world/europe/events-leading-up-russias-invasion-ukraine-2022-02-28/>

US concerned Kyiv could fall to Russia within days, sources familiar with intel say, By Jim Sciutto and Katie Bo Williams“, (2022, February 25), CNN;

<https://edition.cnn.com/2022/02/25/politics/kyiv-russia-ukraine-us-intelligence/index.html>

Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. New York: Cambridge University Press.