

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

პოლიტიკის მეცნიერება

ნინო ყარალაშვილი

პოპულისტური მესიჯები საქართველოში - საშინაო და საგარეო
ასპექტების შედარება

ნაშრომი შესრულებულია პოლიტიკის მეცნიერების ბაკალავრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: თამარ ქარაია
პოლიტიკის მეცნიერების დოქტორი
ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2022 წელი

ანოტაცია

თანამედროვე მსოფლიოში არ არსებობს სახელმწიფო და პოლიტიკური სისტემა პოპულიზმის გარეშე, რაც ხაზს უსვამს საკითხის აქტუალობას. მას წარმატებით იყენებს ყველა პოლიტიკური ძალა, ხელისუფლება თუ ოპოზიცია, მიუხედავად მათი იდეოლოგიური სპექტრისა და ამგვარი ხერხებით ცდილობს ელექტორატის კეთილგანწყობის მოპოვებას. გამონაკლისს ამ კუთხით არც საქართველო წარმოადგენს.

აღნიშნული საბაკალავრო ნაშრომის მიზანია, შეისწავლოს თუ ნარატივებს ეყრდნობა, რა შინაარსის მატარებელია პოპულისტური მესიჯები საქართველოში, როგორც შიდა, აგრეთვე საგარეო პოლიტიკაში. ამასთანავე, ყურადღება გამახვილებულია პოპულისტური მოწოდებების მომზადებისა თუ გავრცელების ხერხებზეც.

მოცემული კვლევა დაფუძნებულია თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგიაზე, კერძოდ კი სამაგიდე კვლევაზე, ვინაიდან შესწავლილ იქნა პოპულიზმის თეორიები, პოპულისტური მესიჯების შემცველი რეპორტაჟები, განცხადებები, სოციალურ ქსელში გამოქვეყნებული ინფორმაციები. აგრეთვე ეყრდნობა სიღრმისეულ ინტერვიუებს ექსპერტებთან და ანალიტიკოსებთან, რომლებიც უშუალოდ დაინტერესებულნი არიან პოპულიზმის კვლევით.

სარჩევი

ანოტაცია.....	3
შესავალი.....	4
თავი I. პოპულიზმის თეორიული მიმოხილვა.....	8
1.1 პოპულისტური მესიჯები და მისი მახასიათებლები	11
თავი II. პოპულისტური მესიჯები ქართულ პოლიტიკაში.....	15
2.1 პოპულისტური მოწოდებების შინაარსობრივი ანალიზი.....	15
2.2 პოპულისტური მესიჯების მომზადებისა და გავრცელების საშუალებები.....	22
თავი III. შედარებითი ანალიზი: ქართული პოპულიზმის საშინაო და საგარეო ასპექტები	27
დასკვნა.....	31
გამოყენებული ლიტერატურა:.....	33
დანართები	39
დანართი #1 სიღრმისეული ინტერვიუს გზამკვლევი	39

შესავალი

დღესდღეობით თანამედროვე პოლიტიკაში და პოლიტიკის მეცნიერებაში ერთ-ერთ აქტუალურ თემას წარმოადგენს პოპულიზმი. მისი კვლევა ჯერ კიდევ 1930-იანი წლებიდან იწყება ევროპაში ფაშიზმის აღმავლობის შემდეგ და ძირითადად ასოცირდებოდა მემარჯვენე, ნაციონალისტურ იდეებთან. ბოლო ათწლეულებია საკითხის მიმართ აკადემიურ ინტერესს და აქტუალობას განაპირობებს ის, რომ სახელმწიფო არ არსებობს პოპულიზმის გარეშე, მისი დემოკრატიულობის თუ ავტორიტარულობის მიუხედავად, პოპულიზმს მიმართავენ პოლიტიკური პარტიები თუ სხვადასხვა მოძრაობები, მათი იდეოლოგიის და პოზიციის მიუხედავად. გარდა ამისა, არაერთმა პოპულისტმა ფიგურამ თუ პოლიტიკურმა პარტიამ მოახერხა ხელისუფლებაში მოსვლა და გავლენის მოხდენა საარჩევნო შედეგებზე (Albertazzi & Vampa, 2021). საინტერესოა ისიც, რომ პოპულისტები დღის წესრიგში აყენებენ ისეთ საკითხებს, რომლებიც მტკივნეულია საზოგადოების დიდი ნაწილისთვის და ასე ცდილობენ მათი მხარდაჭერის მოპოვებას, შესაბამისად ყველაზე მდგრადი დემოკრატიებიც კი აწყდებიან პოპულიზმის შედეგად გამოწვეულ პრობლემებს (Darren G. Lilleker, 2022).

პოპულისტური მესიჯები საფრთხეს უქმნის დემოკრატიის სტაბილურობასა და პოლიტიკური ინსტიტუტების მდგრადობას (Eibl & Gregor, 2019). იგი ასუსტებს ლიბერალურ ღირებულებებს და ამლიერებს აბსენტიზმს. აღნიშნული კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს თემის აქტუალობას. პოპულისტური მესიჯები ყოველდღიური პოლიტიკის ნაწილია აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში (იგივე, 2019) და გამონაკლისს არც საქართველო წარმოადგენს. ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გათვალისწინებით ეს არცაა გასაკვირი, ვინაიდან პოპულისტურ მესიჯებს იზიარებენ ძირითადად ის ადამიანები, რომლებიც ფინანსური თუ კულტურული თვალსაზრისით თავს გრძნობენ დაუცველად, არასტაბილურად (Spruyt, Keppens, Van Droogenbroeck, 2016). საქართველოში ისინი ძირითადად ნაკარნახევია მემარჯვენე ჯგუფების მიერ (სამხარაძე, 2020) პოპულისტური მესიჯები გვხვდება არა მხოლოდ ქვეყნის შიგნით, არამედ მას აქტიურად მიმართავენ საგარეო ასპარეზზეც. შესაბამისად აღნიშნული

კვლევის სამეცნიერო ღირებულება იქნება შეივსოს ცარიელი ადგილები ქართული პოპულიზმის გარშემო, შედარებულ იქნას რა ნარატივებს ეყრდნობა პოპულიზმის საშინაო და საგარეო ასპექტები, ვინაიდან არსებობს როგორც მსგავსებები, აგრეთვე განსხვავებები.

მოცემული კვლევის მიზანია, შესწავლა თუ რა თემებს მოიცავს პოპულისტური მესიჯები ქართულ პოლიტიკურ სივრცეში, როგორც ქვეყნის შიგნით, აგრეთვე საგარეო პოლიტიკაში, არის თუ არა მათ შორის სხვაობა. აგრეთვე დადგენა იმისა, თუ როგორია მიდგომები, ამ მესიჯების მომზადების თუ გავრცელების.

კვლევის მიზნის მისაღწევად დასახულია შემდეგი ამოცანები : 1) შესწავლილია ის თეორიები, რომლებიც ეხება პოპულიზმის თემატიკას 2) გაანალიზებულია ქართულ სამეცნიერო წრეებში შექმნილი ნაშრომები და სტატიები საკვლევი თემის გარშემო. 3) დადგინდა რა საშუალებებით ხდება პოპულისტური მესიჯების გავრცელება/მომზადება 4) შესწავლილია პოპულისტური შინაარსის შემცველი მესიჯები, რომელიც ჟღერდება ქართულ პოლიტიკურ სპექტრში პოზიციისა თუ ოპოზიციის მხრიდან. კვლევის პროცესში კვლევის ობიექტი გახლდათ პოპულისტური ჯგუფები და მათი ლიდერები. აგრეთვე ინტერვიუები, წინასაარჩევნო პროგრამები, რეპორტაჟები, განცხადებები და მოწოდებები, რომლებიც შეიცავს პოპულისტურ მესიჯებს.

ზემოთ ხსენებულის გათვალისწინებით გამოიკვეთა კვლევის კითხვა: რა შინაარსის მატარებელია პოპულისტური მესიჯები საქართველოში ეროვნულ დონეზე და საგარეო ასპარეზზე? შესაბამისად გამოიკვეთა დაშვება, რომ საქართველოში პოპულისტური მესიჯები საშინაო და საგარეო დონეზე შინაარსით და გავრცელების ხერხებით ძირითადად მსგავსია, თუმცა განსხვავებულია პოპულიზმის აღქმები და მესიჯბოქსების მომზადების საშუალებები.

საკითხის სიღრმისეულად შესასწავლად მოხდა ცვლადების კონცეპტუალიზაცია და ოპერაციონალიზაცია 1. პოპულისტური იდეების პოპულარობა საქართველოში- რა პოზიცია არსებობს საზოგადოებაში აღნიშნული თემის მიმართ. რაც შეეხება პოპულარობის საკითხს, მისი გაზომვა შესაძლებელია გამოქვეყნებული სტატისტიკებით, სოციალურ ქსელში დაფიქსირებული პოზიციებით 2. პოპულისტური

ჯგუფების აქტივობა- რა სიხშირით იგზავნება პოპულისტური მესიჯები. პოპულისტური ჯგუფების აქტივობა კი განსაზღვრულია შემდეგი ინდიკატორებით: მათ მიერ გაკეთებული განცხადებებით, სიუჟეტებითა თუ საზოგადოებისთვის გაცემული დაპირებებით. აგრეთვე მათი ჩართულობით საარჩევნო პროცესებსა თუ საპროტესტო აქციებში. **თეორიული ჩარჩო:** მოცემული ნაშრომისთვის გამოყენებულია პოპულიზმის ცნობილი მკვლევრების კას მუდესა და ქრისტობალ როვირა კალტვასერის თეორია (Mudde & Kaltwasser, 2018). პოპულიზმს ისინი წარმოადგენენ, როგორც თხელცენტრირებულ იდეოლოგიად, რომელიც საზოგადოებას ჰყოფს დაპირისპირებულ ჯგუფებად, უბრალო ხალხის ინტერესებს აპირისპირებს კორუმპირებულ ელიტასთან. ამტკიცებენ, რომ პოპულიზმი დემოკრატიის ნაწილია, თუმცა ამავე დროს შეუძლია უამრავი პრობლემის შექმნა და საფრთხის გამოწვევა დემოკრატიული პოლიტიკური სისტემებისთვის. განიხილავენ პოპულისტური მესიჯების გრძელვადიან საფრთხეებს და აანალიზებენ ამ ყველაფერს ევროპის ულტრამემარჯვენე პოლიტიკური პარტიების, ლათინური ამერიკის მემარცხენე პრეზიდენტებისა და ამერიკაში “Tea Party” მოძრაობაზე დაყრდნობით. შესაბამისად ამ ავტორთა პოზიციების გათვალისწინებით ახსნილია პოპულისტური მესიჯები საქართველოში და დადგენილია, თუ რამდენად აპირისპირებს მათი შინაარსი საზოგადოებრივ ჯგუფებს, როგორც აღნიშნავენ ავტორები. რაც შეეხება **მეთოდოლოგიას:** კვლევის პროცესი ეყრდნობა თვისებრივი კვლევის მეთოდებს. ჩატარებულია ოთხი სიღრმისეული ინტერვიუ მკვლევართან, ექსპერტებთან, რომლებიც იკვლევენ პოპულიზმის თემატიკას საქართველოში. ამასთანავე ეყრდნობა სამაგიდო კვლევას: შესწავლილია ინტერვიუები, რეპორტაჟები, განცხადებები და მოწოდებები, რომლებიც შეიცავს პოპულისტურ მესიჯებს. აგრეთვე, გაანალიზებულია სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული ინფორმაცია. ვინაიდან კვლევის პროცესში გამოყენებულია თვისებრივი კვლევის მეთოდები, შესაბამისად რესპონდენტთა **შერჩევისას** მიემართა არაშემთხვევით შერჩევას. გამოყენებულია ექსპერტული ტიპის შერჩევა, რადგან რესპონდენტად შერჩეული გახლდათ მკვლევარი. ხოლო თეორიული მასალა უშუალოდ მიზნობრივი შერჩევის მეშვეობით დამუშავდა.

კვლევის პროცესში რამდენიმე ნაშრომი აღმოჩნდა საკმაოდ სასარგებლო ინფორმაციულობის კუთხით. პირველ რიგში გამორჩეულია კას მუდეს ნაშრომები.

„პოპულიზმის ცაიტგეისტი: ხელისუფლება და ოპოზიცია“ (2004) ავტორმა წარმოადგინა ტერმინის მეტად რეალური დეფინიცია, რომელიც დღესაც აქტიურად გამოიყენება სამეცნიერო ლიტერატურაში. ხოლო კრისტობალ კალტვასერთან ერთად, ნათლად გაანალიზა ის საფრთხეები და გამოწვევები, რომლებსაც წარმოშობენ პოპულისტური მესიჯები.

აღსანიშნავია აგრეთვე დარენ ლილეკერისა და დელა ბალაზანის ერთობლივი სტატია, ასევე პოლ გერბაუდოს ნაშრომი. ამ ავტორებმა პოპულიზმი, სრულიად სხვა, სოციალურ სივრცეში გადაიტანეს და დაადგინეს, რომ სოციალურ ქსელებში ძალიან მარტივად გააგონო ხალხს საკუთარი ხმა, მისი ფართო აუდიტორიიდან გამომდინარე კი პოპულისტური მესიჯების გავრცელების ალბათობა საკმაოდ მაღალია.

კვლევის ლიმიტი: კვლევის ფარგლებში შესწავლილია მხოლოდ პოპულისტური მესიჯების შინაარსი, მათი გავრცელების და მომზადების ხერხები და არა უშუალოდ პოპულისტური ჯგუფების იდეოლოგია, პოლიტიკა და ა.შ

რაც შეეხება უშუალოდ თავების მიმოხილვას, ნაშრომი შედგება სამი ძირითადი თავისგან: პირველ თავში განხილულია პოპულიზმის შესახებ გავრცელებული მიდგომები, მახასიათებლები და თეორიული ასპექტები. მეორე თავში, უშუალოდ საუბარია ქართულ პოლიტიკაში არსებულ პოპულისტურ მესიჯებზე, მათი მომზადებისა თუ გავრცელების გზებზე. მესამე თავი კი ეთმობა შედარებით ანალიზს, ქართული პოპულიზმის საშინაო და საგარეო ასპექტებისას.

თავი I. პოპულიზმის თეორიული მიმოხილვა

სამეცნიერო ლიტერატურის გადახედვისას აღმოჩნდა, რომ პოპულიზმის თემატიკის გარშემო უამრავი კვლევა არსებობს. მკვლევარები სულ უფრო აქტიურად ცდილობენ საკითხის შესწავლას და გაანალიზებას, ვინაიდან თანამედროვე პოლიტიკა ფაქტობრივად არ არსებობს პოპულისტური მესიჯების გარეშე და მას მიმართავენ როგორც ავტორიტარული, აგრეთვე დემოკრატიული პოლიტიკური სისტემებიც. თავად ტერმინი პოპულიზმი მომდინარეობს ლათინური სიტყვიდან “Populus” და ნიშნავს ხალხს, როგორც ქართულ, აგრეთვე ინგლისურ ენაზე. ტერმინის წარმოშობა უშუალოდ დაკავშირებულია მე-19 საუკუნის ამერიკასთან. ქვეყნის სამხრეთ ნაწილში შექმნილი “სახალხო პარტია“ საკუთარ თავს უწოდებდა პოპულისტებს და დაფუძნებული გახლდათ ფერმერთა აგრარულ ალიანსებზე, რომლებიც ერთობლივი ძალებით იბრძოდნენ პლანტატორების წინააღმდეგ 1880-იანი წლების ამერიკის სამხრეთ ნაწილში (Chafe). სწორედ ამ პერიოდში, რუსეთის იმპერიაში ძლიერდება „ნაროდნიკების“ მოძრაობა (Wiatr, 2022), რომლებსაც აგრეთვე ნათლავდნენ პოპულისტებად. თუმცადა უნდა ითქვას ის, რომ აღნიშნული ფაქტი ძირითადად გამოწვეული იყო „ნაროდნიკების“, იგივე „ხალხოსნების“ სახელის არასწორი თარგმანით ინგლისურ ენაში. 1920-იანი წლებიდან კი ტერმინი მკვიდრდება საფრანგეთში და პოპულისტებად მოიხსენიებენ მწერალთა ჯგუფს, რომლებიც მხარდაჭერას უცხადებენ უბრალო ადამიანებს და მათ მიმართ გააჩნიათ სიმპათიები. ამ პერიოდიდან მოყოლებული იგი მკვიდრდება ლათინურ ამერიკაშიც და იქცევა გლობალურ ფენომენად.

თავად საკითხის სამეცნიერო კვლევა იწყება ევროპაში, 1930-იან წლებში, რაც გარკვეულწილად აიხსნება იტალიაში, დიდ ბრიტანეთსა და გერმანიაში ფაშისტური რეჟიმების პოპულარობით და პოპულისტებად ძირითადად მიიჩნევდნენ „მემარჯვენე“ ძალებს განსხვავებით დღევანდელი დემოკრატიისგან, სადაც შესამჩნევია როგორც მემარჯვენე, აგრეთვე მემარცხენე პოპულიზმი. საკითხისადმი თეორიული ინტერესი აგრეთვე განპირობებული იყო პოპულისტური პოლიტიკური რეჟიმების მომძლავრებით, როდესაც ხელისუფლება ხალხს განიხილავს როგორც „მასას“, არ აძლევს ინდივიდს საშუალებას ჩართული იყო სოციალურ-პოლიტიკურ ცხოვრებაში და დემაგოგობით ქმნის მოჩვენებით განცდას, თითქოსდა მათი მთავარი სადარდებელი ხალხის

კეთილდღეობა (მაცაბერიძე, 2014), დიდია საფრთხე იმისა, რომ მსგავსი რეჟიმები გადაიქცნენ ავტორიტარულ რეჟიმებად.

უმრავლესობა თანხმდება, რომ პოპულიზმში ნაგულისხმევია პოლიტიკური მიზნებისთვის მისაღწევი არა რეალური საშუალებები, არამედ პოპულარული გზები კონკრეტულ სიტუაციაში (იგივე, 2014). აპელირება ხდება უბრალო ხალხის ინტერესებზე, რომლებიც იჩაგრებიან ელიტების მხრიდან (Mansbridge&Macedo, 2019). თუმცა, კვლევის დაწყების პერიოდიდან მოყოლებული, მიდის კამათი რეალურად მაინც რა არის პოპულიზმი, კონკრეტული პოლიტიკური ტაქტიკა, დისკურსი თუ იდეოლოგია? კლასიკური თეორია და პოპულიზმის გაგება, რომელიც აღიარებულია ევროპის სამეცნიერო წრეებში ეკუთვნის კას მუდეს. მისი შეფასებით, პოპულიზმი არის იდეოლოგია, რომელიც საზოგადოებას ჰყოფს ორ ანტაგონისტურ და ჰომოგენურ ჯგუფად: „კორუმპირებული ელიტა“ „სუფთა ხალხის“ წინააღმდეგ (Mudde, 2004), თუმცა აღნიშნავს იმასაც, რომ ტიპური იდეოლოგიების მსგავსად, როგორცაა ლიბერალიზმი, სოციალიზმი და ა.შ, პოპულიზმი არ გამოირჩევა თანმიმდევრულობითა და ინტელექტუალური დახვეწილობით. სწორედ ამიტომაც არის „თხელცენტრირებული“ და ადვილად თავსებადია სხვა იდეოლოგიებთან, განსაკუთრებით კი ნაციონალიზმთან, კომუნიზმთან თუ სხვა (იგივე, 2004). მუდისეული გაგებით, პოპულიზმი ქმნის ნორმატიულ განსხვავებს ელიტასა და ხალხს შორის, საზოგადოებას კი წარმოაჩენს უაღრესად პოლარიზებულად: არსებობენ მხოლოდ მეგობრები და მტრები. ის, ვინც ფიქრობს განსხვავებულად ბოროტია, შესაბამისად მასთან კომპრომისიც წარმოუდგენელია, რათა დაცული იყოს ხალხის „სიწმინდე“ „კორუმპირებული ელიტისგან“.

პოპულიზმი ვეილანდისთვის პოლიტიკური სტრატეგიის სახეა, რომლის მეშვეობითაც პერსონალისტი ლიდერი ცდილობს ან ახორციელებს სამთავრობო ძალაუფლებას, მისი მხარდამჭერი მასა არაორგანიზებულია, ხშირად თავს გრძნობს მარგინალიზირებულად, დაჩაგრულად და ხსნას ემებს ლიდერში, რომელიც არ აკლებს მასას დაპირებებს, იმედებს, რომ დაიცავს, გადაარჩენს კრიზისებისგან და გარდაქმნის კორუმპირებულ ინსტიტუტებს, რომელიც უმეტესწილად ამ ჩაგვრის წყაროა (Weyland, 2001). ვეილანდიც, კას მუდეს მსგავსად, იზიარებს პოპულიზმის მინიმალისტურ გაგებას.

პოპულიზმის თეორიაში საყურადღებოა საკითხის შესწავლის მაქსიმალისტური მიდგომა, რომელიც პოპულიზმს აღიქვამს დისკურსად და წარმოადგენს ე.წ შახლონებს პოპულისტური მთავრობებისა თუ მოძრაობებისთვის (Urbinati, 2018). ამ მიდგომის თვალსაჩინო წარმომადგენელი ერნესტო ლაკლაუა. მას მიაჩნია, რომ პოპულიზმი ეს არის პოლიტიკური ლოგიკა, დისკურსის ფორმა, სიტყვები და იდეები, რომლებიც აყალიბებენ პოლიტიკურ გარემოს და რომელსაც შეიძლება იყენებდნენ როგორც მემარჯვენე და მემარცხენე, აგრეთვე ცენტრისტული ძალები (Laclau, 2005). ლაკლაუს თქმით, პოპულიზმი ხშირად აერთიანებს კონტრასტულ კომპონენტებს, შესაძლოა ითხოვდეს ადამიანთა უნივერსალური უფლებების დაცვას და ამ დროს შერწყმული იყოს ავტორიტარიზმთან, თავისი ქარიზმატული ლიდერით (იგივე, 2005). ავტორს მიაჩნია, რომ პოპულიზმი მარტივი გზაა პოლიტიკის განსახორციელებლად და აგრეთვე მისი განუყოფელი ნაწილიც, რადგან სანამ არსებობს პოლიტიკა, იქნება საზოგადოების სოციალური დაყოფა. შესაბამისად, კონკრეტული ჯგუფები ყოველთვის ეცდებიან თავი წარმოაჩინონ და ისაუბრონ „ხალხის სახელით“, თუმცა მათ აუცილებლად სჭირდებათ ლიდერი ძალაუფლების მოსაპოვებლად და გამაერთიანებელი ნარატივი, წინააღმდეგ შემთხვევაში იგი დარჩება რიგით საპროტესტო მოძრაობად (იგივე, 2005).

განსხვავებული მიდგომები მხოლოდ პოპულიზმის არსის შესახებ არაა, არსებითი სახესხვაობაა პოპულიზმის სახეობებს შორის. შესავალში აღინიშნა, რომ პოპულიზმის, როგორც თეორიის ჩამოყალიბება საწყის ეტაპზე დაკავშირებული იყო მემარჯვენეობასთან, თუმცა უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ თანამედროვე პოლიტიკაში პოპულიზმი მემარცხენე ძალების ხელშიც მძლავრი იარაღი გახდა, განსაკუთრებით წარმატებული კი აღმოჩნდა ლათინურ ამერიკაში, რისი ნათელი მაგალითიცაა უგო ჩავესის, ხუან პერონისა და ევო მორალესის ხელისუფლებები (Absher, Grier, Grier 2020). მართალია როგორც მემარჯვენე, აგრეთვე მემარცხენე პოპულიზმი ეყრდნობა საზოგადოების დიფერენციაციას, თუმცა მემარჯვენე პოპულისტები საზრდოობენ „უცხო“ შიშით, თავიანთ უარყოფით ემოციებს მიმართავენ ეთნიკური, სექსუალური, პოლიტიკური უმცირესობების წინააღმდეგ. მაშინ როცა მემარცხენეები ითხოვენ სამართლიანობასა და თანასწორობას, ებრძვიან ეროვნულ მთავრობებსა და ინსტიტუტებს, რომლებიც პასუხისმგებელნი არიან აღნიშნულზე (Salmela, Matias, 2018).

როდესაც ხელისუფლებაში მემარცხენე პოპულისტური ძალაა, ეს მეტყველებს შემდეგ მახასიათებლებზე: 1. მემარცხენე პოპულისტები ცდილობენ ძალაუფლების კონცენტრაციას ხელისუფლების აღმასრულებელ შტოში და უგულებელყოფენ „კონტროლისა და ბალანსის“ სისტემას; 2. ცვლიან კონსტიტუციას და ამგვარი მეთოდებით ცდილობენ საკუთარი უფლებამოსილების გახანგრძლივებას 3. მათი ეკონომიკური პოლიტიკა ნაკლებად მიმდებლურია თავისუფალი ბაზრის პრინციპებისადმი (Absher, Grier, Grier, 2020). თუმცა, რაც არ უნდა გასაკვირი იყოს, მემარჯვენე პოპულისტური ძალები უფრო დიდი პოპულარობითა და გავლენებით სარგებლობენ თანამედროვე პოლიტიკაში, ვიდრე მემარცხენე, მიუხედავად მათი რადიკალიზმისა.

1.1 პოპულისტური მესიჯები და მისი მახასიათებლები

პოპულიზმი და პოპულისტური მოწოდებები შეფუთულია პოპულისტური მესიჯების სახით და ასრულებს კომუნიკატორის ფუნქციას სამიზნე აუდიტორიასა და მის ავტორს შორს. როგორც წესი, ისინი არ სრულდება და რჩება დაპირების დონეზე (მაცაბერიძე, 2014), მიუხედავად ამისა, მოსახლეობის დიდი ნაწილის ყურადღებას მაინც იქცევს, ვინაიდან თითოეული მესიჯი აქცენტს აკეთებს საზოგადოებისთვის მტკივნეულ, პრობლემურ საკითხებზე (Darren G. Lilleker, 2022). პოპულიზმის მკვლევარები, სპრუიტი, კეპენსი და დროგენბროკი ამ ფაქტს ახსნასაც უძებნიან და აღნიშნავენ, რომ პოპულისტური მესიჯების ძირითადი სამიზნე აუდიტორია ის ადამიანები არიან, რომლებიც ფინანსური თუ კულტურული თვალსაზრისით თავს გრძნობენ დაუცველად, არასტაბილურად და სწორედ მსგავს დაპირებებში ხედავენ მომავლის რწმენას (Spruyt, Keppens, Van Droogenbroeck, 2016).

ერთი შეხედვით საზოგადოების რაღაც ნაწილმა შეიძლება იფიქროს, რომ პოპულისტური მესიჯები სრულიად უწყინარია, ისინი ხომ ყოველდღიური პოლიტიკური კომუნიკაციის ნაწილია და დარენ ლილეკერის თქმით, ევროპის თითქმის ყველა პოლიტიკური პარტიის Facebook პოსტების მეოთხედი სწორედ პოპულისტური შინაარსისაა (Lilleker & Balaban, 2021). გარდა ამისა, იგი იძლევა შესაძლებლობას

პოლიტიკური დღის წესრიგში დადგეს ისეთი საკითხები, რომლებიც უგულვებელყოფილია ხელისუფლების მხრიდან, ასევე ესაა შესაძლებლობა მარგინალიზირებული ჯგუფებისთვის საკუთარი ხმა გააგონონ ხალხს (Riedel, 2017). მიუხედავად ამისა, მკვლევართა უმეტესობა თანხმდება, რომ პოპულიზმის შედეგები ვერ იქნება სასარგებლო და მას უამრავი პრობლემის წარმოშობა შეუძლია. ფაქტია, რომ პოპულისტური მესიჯები ხელს უწყობს საზოგადოების პოლარიზაციას და განაპირობებს კონკრეტულ ჯგუფებს შორის კონფლიქტის გაღვივებას, განსაკუთრებით მაშინ, თუ კი ამ ჯგუფებს შორის ეკონომიკური უთანასწორობაა (Woo, 2003). საყურადღებოა ისიც, რომ პოპულისტური მესიჯების მზარდი გავრცელება და პოპულარობა ექვეყნებში აყენებს ადამიანის უფლებების დაცვის საკითხს (Roth, 2018). პოპულისტები მუდმივად საუბრობენ „ხალხის“ სახელით და მოუწოდებენ საზოგადოებას კონკრეტული ჯგუფებისადმი (მიგრანტები, სექსუალური უმცირესობები, ეთნიკური ჯგუფები) იყვნენ შეუწყნარებლები. პოპულისტი პოლიტიკოსები თავადვე ლახავენ სხვის უფლებებს და არწმუნებენ მოსახლეობას, თითქოსდა ადამიანთა უნივერსალური უფლებები თავს მოხვეული და ხელის შემშლელია, საფრთხეს უქმნის მათ იდენტობას, ეროვნულ ღირებულებებს თუ სხვა (Roth, 2018).

ზემოთ ხსენებულის გათვალისწინებით, აუცილებელია გამოიყოს რამდენიმე მახასიათებელი, რომლებიც პოპულისტური გზავნილების განუყოფელი ნაწილია: 1) პოპულისტურ მოწოდებებში ძირითადი აქცენტი კეთდება ეროვნულ იდენტობასა და სახელმწიფოზე (მაცაბერიძე, 2014). ეს მახასიათებელი უფრო მეტად გამოკვეთილია მემარჯვენე, ულტრა-მემარჯვენე პოპულისტური ძალებისთვის. ამის ნათელი მაგალითია ფრანგი პოლიტიკოსი მარი ლე პენი. თავის განცხადებებში იგი ხშირად აპელირებს იდენტობის თემაზე, აკრიტიკებს საფრანგეთის ხელისუფლების მიგრაციულ პოლიტიკას და 2022 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებში გამარჯვების შემთხვევაში საკუთარ ამომრჩეველს ჰპირდებოდა რეფერენდუმის ჩატარებას მიგრაციის საკითხებზე კანონპროექტის გამკაცრებაზე, აგრეთვე მკაცრი კრიტერიუმების შემოღებას საფრანგეთის მოქალაქეობის მინიჭებაზე (Meyssonier, 2021). ფრანგი პოლიტიკოსი თავის გამოსვლებში ყოველთვის ხაზს უსვამს ფრანგი ხალხის გამორჩეულობას,

რომელსაც აუცილებლად სჭირდება დაცვა, რათა „საფრანგეთის შვილებმა“ ისევ იამაყონ თავიანთი ეროვნული იდენტობით.

2) პოპულისტურ მესიჯებში ხშირად გაჟღერებულია საფრთხეები, რომლებიც შესაძლოა დაემუქროს სახელმწიფოს და აღნიშნულს პოპულისტები იყენებენ საზოგადოების კონსოლიდაციისთვის (მაცაბერიძე, 2014). ამ მხრივ საყურადღებოა ვიქტორ ორბანი და მისი პოლიტიკა. რუსეთ-უკრაინის ომის ფონზე, უნგრეთის პრემიერ-მინისტრი ხშირად აჟღერებდა მოწოდებებს, რომ მხოლოდ მას და „ფიდესს“ შეეძლო ქვეყანაში მშვიდობისა და უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, აგრეთვე უნგრეთი იყო „ევროკავშირის“ ერთადერთი სახელმწიფო, რომელიც მხარს არ უჭერდა რუსეთისთვის ენერგეტიკული სანქციების დაწესებას და უარს ამბობდა იარაღის ტრანზიტზე (გვამაბია, 2022). ამ მესიჯბოქსებმა შედეგიც გამოიღო, ორბანი მეოთხე ვადით გახდა პრემიერ-მინისტრი.

3) პოპულისტური მესიჯები უმეტესწილად ატარებს ექსტრემისტულ ხასიათს და არ არის გასაკვირი, რომ დასავლეთ ევროპის სამეცნიერო წრეებში პოპულიზმი პირდაპირ გაიგივებულია რადიკალიზმთან, რადიკალურ ძალებთან (Rooduijn & Akkerman, 2015). როგორც წესი, პოპულისტები ცდილობენ რადიკალური მოწოდებებით გაიმარტივონ მიზნის მიღწევის საშუალებები. მსგავსი მესიჯების ავტორი ხშირად მატეო სალვინია, იტალიელი პოლიტიკოსი, რომელიც ქვეყანაში არსებულ ყველა პრობლემას მიაწერს მიგრანტებს. იგი უკიდურესი ნაციონალისტია და აყალიბებს ნარატივს იტალიელები მიგრანტების პირისპირ (Mcginnis, 2021). მსგავსი მოწოდებები უცხო არაა პარტია „კანონი და სამართლიანობისთვის“, რომელიც 2015 წლიდან მოყოლებული პოლონეთის ხელისუფლებაშია (Gaston, 2017).

პოპულისტური მესიჯების მახასიათებლებზე საუბრისას, აუცილებელია აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ 4) პოპულისტური მოწოდებები უმეტესწილად ემყარება სიმბოლიზმს, რომელიმე კონკრეტულ ისტორიულ-პოლიტიკურ მოვლენას ან თავად პიროვნებებს მითიური წარსულიდან (მაცაბერიძე, 2014). აღნიშნული მახასიათებელი, განსაკუთრებით ხელსაყრელია პოლიტიკოსი ქალი პოპულისტებისთვის (მაგ: მარი ლე პენი), ვინაიდან აღმერთებენ ქალის, როგორც დედის კულტს (Geva, 2018) და ცდილობენ ამ როლის მორგებას, ჰპირდებიან საზოგადოებას, რომ გახდებიან „ერის დედა“ და

როგორც დედა ზრუნავს თავის შვილებზე, ამგვარად მიიტანენ გულთან საკუთარი ხალხის გასაჭირს. საკმაოდ ხშირია რელიგიური სიმბოლოების გამოყენებაც, მაგალითად მატეო სალვინი თავის გამოსვლებში ხშირად იმოწმებს კათოლიკურ ეკლესიას, ხალხის თვალწინ ეამბორება ქრისტეს ჯვარცმას და ა.შ. ხოლო ქართველი პოპულისტები კი ცდილობენ საზოგადოება დარაზმონ ისტორიული ფიგურების გახსენებით, რომელიც ხალხში იწვევს სიამაყის განცდას: დავით აღმაშენებელი, მეფე თამარი და სხვანი.

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ 5) პოპულისტური მოწოდებები დემაგოგიურია (მაცაბერიძე, 2014). რეალურად პოპულისტებს არ ადარდებთ ხალხის მომავალი, ისინი გასცემენ ცრუ, არარეალურ დაპირებებს და ამასთანავე მტრად მიიჩნევენ მას, ვისაც რეალურად შესწევს საზოგადოებრივი პრობლემების მოგვარება. სწორედ ამგვარი ხერხებით ცდილობენ ძალაუფლების მოპოვებას ან მის შენარჩუნებას პოპულისტური ძალები.

მართალია პოპულიზმის ჩამოყალიბება უშუალოდ დაკავშირებულია დემოკრატიული ღირებულებებისა და ნორმების დამკვიდრებასთან (მაცაბერიძე, 2014), თუმცა 6) პოპულისტური მესიჯები საფრთხეს უქმნის დემოკრატიის სტაბილურობას და პოლიტიკური ინსტიტუტების მდგრადობას (Eibl & Gregor, 2019). იგი გზას უხსნის ავტორიტარიზმს და იწვევს დემოკრატიული რწმენის კოროზიას, როგორც აღნიშნავს რიდელი (Riedel, 2017). პოპულისტური ტენდენციები დემოკრატიას ქმნის ნაკლებად პლურალისტულს და ანტიკოსმოპოლიტურს, სამაგიეროდ აძლიერებს ნაციონალურ ტენდენციებს და აყალიბებს ერის ექსკლუზიურ გაგებას (Jasiewicz, 2008; Pasquino, 2005). ბეცი ტყუილად არ უწოდებდა პოპულიზმს დემოკრატიის პათოლოგიურ ფორმას (Betz, 1994).

თავი II. პოპულისტური მესიჯები ქართულ პოლიტიკაში

დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდგომ საქართველო მრავალი გამოწვევის წინაშე დადგა, მათ შორის იყო იდენტობის კრიზისი, რომელმაც უამრავი პრობლემა წარმოშვა (ჩხაიძე, 2021). მათ შორისაა პოპულიზმი, რომელიც ბოლო ორი ათწლეულის მანძილზე ქართული პოლიტიკური ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია (Silagadze, 2020), შესაბამისად პოპულისტური მესიჯები უცხო არაა ქართული პოლიტიკისთვის, მას საკმაოდ ხშირად იყენებენ თავიანთი პოლიტიკური კომუნიკაციის ნაწილად, როგორც სახელისუფლებო ძალები, აგრეთვე ოპოზიციური პარტიები და სხვადასხვა პოლიტიკური ჯგუფები. მსგავს მოწოდებები ყოველდღიურად ჟღერდება სატელევიზიო სივრციდან თუ სოციალურ ქსელებიდან. იგი მოიცავს ხალხთან საუბარს მარტივი ენით და გასაგები მესიჯბოქსებით, რომლებიც აკადემიურ, პოლიტიკურ ტერმინოლოგიასთან შედარებით, უფრო მარტივად აღქმადია (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ ანალიტიკოსთან, 28.05.2022).

„არჩევნების წინ ეს არის მნიშვნელოვანი გასაალები, რომელსაც ყველა მიმართავს ხოლმე. ზოგი, ვთქვათ, საფუძვლიანად მიმართავს თავისი იდეოლოგიიდან გამომდინარე, ზოგი უბრალოდ იმის გამო, რომ ფიქრობენ ეს მნიშვნელოვანია ელექტორალური მხარდაჭერისთვის“ (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ ანალიტიკოსთან, 28.05.2022).

შესაბამისად, აღნიშნულ თავში მოცემულია ის თემები და ნარატივები, რომლებსაც ეყრდნობა ქართული პოპულიზმი, ასევე განხილულია პოპულისტური მესიჯბოქსების გავრცელების წყაროები.

2.1 პოპულისტური მოწოდებების შინაარსობრივი ანალიზი

საქართველოს შემთხვევა გარკვეულწილად განსხვავებულია ევროპაში გავრცელებული პოპულიზმის კლასიკური გაგებისგან და გამოირჩევა იმით, რომ პოპულისტური მესიჯების ავტორები ისევ თავად ელიტის წევრები არიან, სანდრო ტაბატაძის თქმით (პირადი კომუნიკაცია, 18.05.2022) საქართველოს შემთხვევაში არ მუშაობს ნეოპოპულიზმის ჩარჩო სუფთა ხალხი vs კორუმპირებული ელიტა, ამის მიზეზი კი ისაა,

რომ არ არსებობს ძლიერი სახალხო მოძრაობა თავისი ლიდერით, რომელიც თავს დადებდა „ხალხის ხმით“ ლაპარაკზე, შესაბამისად ურთიერთბრალდებები ისმის თავად ელიტებს შორის. აღნიშნული ტენდენცია კი განაპირობებს იმას, რომ ქართულ პოლიტიკაში წარმოდგენილია როგორც მემარჯვენე, აგრეთვე მემარცხენე და იდეოლოგიისგან დაცლილი პოპულიზმი, (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022), თუმცა მაინც უფრო მეტად ჭარბობს ულტრამემარჯვენე პოპულიზმი. გარდა ამისა, პოპულიზმი და პოპულისტური მოწოდებები იმდენად ფესვგადგმულია ქართულ პოლიტიკაში, რომ იგი ერთგვარად იქცა საქართველოს პოლიტიკური სისტემის ინსტიტუციურ მახასიათებლად, მიუხედავად მისი დემოკრატიულობისა თუ ავტორიტარიზმისა (სიღრმისეული ინტერვიუ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორთან, 22.05.2022).

რაც შეეხება შინაარსობრივ მხარეს, უნდა ითქვას ის, რომ ქართულ პოლიტიკაში გაჟღერებული პოპულისტური მოწოდებები არაა პროაქტიული, იგი ატარებს რეაქტიულ ხასიათს, რადგან მისი შემქმნელები ცდილობენ კონკრეტულ მოვლენებსა თუ კრიზისებზე საზოგადოების უმრავლესობისთვის მისაბამი და მისაღები შინაარსით შეფუთონ თითოეული მესიჯი და დაიმსახურონ მათი კეთილგანწყობა (სიღრმისეული ინტერვიუ ექსპერტთან, 18.05.2022).

ერთ-ერთი მთავარი ნარატივი, რომელსაც ეყრდნობა ქართული პოპულისტური მოწოდებები, არის საუბარი „ხალხის ხმის“ სახელით. ეს ნარატივი განსაკუთრებით აქტუალური ხდება ვარდების რევოლუციის შემდეგ და მასში დიდი წვლილი მიუძღვის ტელევიზია „რუსთავი 2-ს“, რომელიც საკუთარ თავს წარმოაჩენდა ჯერ „ხალხის ტელევიზიის“ სახელით, ხოლო რევოლუციის შემდეგ როგორც „გამარჯვებული ხალხის“ ტელევიზია. ამ ნარატივს შემდგომში აგრძელებს უკვე საქართველოს მესამე პრეზიდენტი მიხეილ სააკაშვილი, რომელიც ხშირად აღნიშნავდა თავის გამოსვლებში, რომ იყო პოლიტიკოსი, რომელიც საუბრობდა ქართველი ხალხის სახელით და იცავდა მათ ინტერესებს, ებრძოდა კორუმპირებულ ელიტას. თავის რადიკალურ და ექსტრემისტულ მესიჯებს „ხალხის ხმის“ სახელით ფუთავს „ქართული მარშიც“, მათი ლიდერის, ირაკლი შიხიაშვილის თქმით, ისინი ასრულებენ ქართველი ერის დაკვეთას და თავიანთი მოწოდებებით აფიქსირებენ ქართული საზოგადოების უმრავლესობის პოზიციებს

(tabula.ge, 2020). აღნიშნულ ნარატივს კარგად იყენებენ აგრეთვე მემარცხენე სპექტრის პოპულისტები, იგივე ანა დოლიძე, როდესაც მოითხოვდა აზარტული თამაშების რეგულირებას.

სიახლეს არ წარმოადგენს ის, რომ ქართული პოლიტიკური სივრცე საგრძნობლად პოლარიზებულია, რაც თავისთავად აისახება მედიის, საზოგადოების პოლარიზაციაში. შესაბამისად გასაკვირი არაა, რომ იგი ეხმარება პოლარიზებულ ძალებს კიდევ ერთი შინაარსი შესძინონ თავიანთ პოპულისტურ მესიჯებს და შექმნან „მტრის ხატი“, რომელიც პოპულიზმის ერთ-ერთი ძირითადი მახასიათებელია (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან 13.05.2022). თითოეული აქტორი საკუთარი რეალობიდან და პოლიტიკური მიზნებიდან გამომდინარე ირჩევს თავის სამიზნე ჯგუფს და ცდილობს დაანახოს საზოგადოებას, თუ რაოდენ ცუდია მოწინააღმდეგე, მსგავსი შინაარსის გავრცელებით, პოპულისტური მოწოდების ავტორები ცდილობენ პოლიტიკური სპექტრის რაღაც ნაწილი, თავიანთი ოპონენტები წარმოაჩინონ არალეგიტიმურ ძალებად. მაგალითად „ქართული ოცნება“ მტრად წარმოადგენს „ნაციონალურ მოძრაობას“ და ომის პარტიას უწოდებს (GD.ge, 2022), ხოლო ეს უკანასკნელი ხელისუფლებას ბრალს დებს პრორუსულობაში.

„პირობითად „ქართული ოცნებისთვის“ ესაა „ნაციონალური მოძრაობა“ მხოლოდ და მის გარშემო ტრიალებს, ასე ვთქვათ, მდინარის მეორე მხარეს მყოფი ყველა ნარატივი და იდეა, „ეროვნული ნაციონალური მოძრაობისთვის“ პირიქით, ქართული ოცნებაა და მთავარი იდეა და ფოკუსი მის გარშემოა აგებული“ (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022)

იგივეს თქმა შესაძლებელია მემარჯვენე ძალებზეც, რომლებიც პირდაპირ მოწინააღმდეგეს ხედავენ ლიბერალიზმში. საინტერესო ტენდენციაა ისიც, რომ ზემოთ ხსენებულის პარალელურად, არსებობენ ისეთი ჯგუფებიც, რომლებიც პოპულისტურ მესიჯებს იყენებენ ქართული ულტრამემარჯვენე პოპულიზმის წინააღმდეგ და ცდილობენ ქართული საზოგადოების კონსოლიდაციას დემოკრატიული ღირებულებების გარშემო (მინესაშვილი, 2019). მსგავსი შინაარსის პოპულისტური მესიჯების ავტორები საქართველოში ხშირად კონკრეტული არასამთავრობო

ორგანიზაციები და ლიბერალური ნარატივის გამტარებელი ჯგუფები არიან, ყველა ვინც მათ ღირებულებით სისტემას ეწინააღმდეგება ნათლავენ ულტრამემარჯვენედ და ცდილობენ მათი „მტრის ხატის“ შექმნას. მათი ნაწილი ამგვარი ხერხებით ცდილობს ქართულ საზოგადოებაში დაამკვიდროს დემოკრატიული ღირებულებები და ებრძოდოს ექსტრემიზს (იგივე, 2019), თუმცა მათი გავრცელების მეთოდები ისეთი ეფექტური არაა, რადგან ქართული პოპულიზმი საზოგადოების ცნობიერებაში ყოველთვის აღიქმება როგორც არაჯანსაღად და საფრთხის შემცველად. თანაც უნდა საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ კონკრეტული ძალები ამ მეთოდებს წარმატებით იყენებენ ფინანსური სარგებლისთვის.

„სამოქალაქო საზოგადოება ველარ ფუნქციონირებს, როგორც რეპრეზენტატიული ადამიანების. იგი ფუნქციონირებს რეიტინგებზე, მას სჭირდება სკანდალი, მას სჭირდება დაპირისპირება, ხელისუფლების წინააღმდეგ რამე პროტესტული ფორმის დაკავება, იმისთვის, რომ მან არ დაკარგოს თავისი დაფინანსება“ (სიღრმისეული ინტერვიუ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორთან, 22.05.2022).

საქართველოს შემთხვევაში საინტერესოა ის მოცემულობაც, რომ „მტრის ხატის“ შექმნა მხოლოდ პოლიტიკური ოპონენტების წინააღმდეგ არ ხდება. პოპულისტური დიქტომია “ჩვენ vs ისინი” შესაძლოა მიმართული იყოს კონკრეტული უმცირესობების მარგინალიზაციისა და დისკრედიტაციისკენ. ერთ-ერთ ასეთი პოპულისტური დიქტომიაა სექსუალური უმცირესობები ქართული ოჯახის წინააღმდეგ, რაც კიდევ ერთ-ჰომოფობიურ შინაარსს აძლევს პოპულისტურ მესიჯებს. კონკრეტული პოლიტიკური ძალები მიიჩნევენ, რომ მაშინ როცა ოჯახი ქართული ტრადიციების, იდენტობის ნაწილია და ამასთანავე ქვეყნის სტაბილურობისა და ძლიერების სიმბოლო (მინესაშვილი, 2019), სექსუალური უმცირესობები საფრთხეს უქმნის ოჯახის სიწმინდეს, თავიანთი ლიბერალური ნარატივით ლახავენ საზოგადოების ზნეობას და პროპაგანდას უწევენ დასავლურ პოლიტიკას. საინტერესოა ისიც, რომ „მტრის ხატი“ უშუალოდ არ ვრცელდება ეთნიკურ უმცირესობებზე, რისი ახსნაც შესაძლებელია იმით, რომ ქვეყანაში საკმაოდ მრავლად არიან ეთნიკური უმცირესობები, რომლებიც თავის მხრივ წარმოადგენენ ელექტორატს და პოლიტიკურ ძალებს უბრალოდ არ სურთ მათი

მხარდაჭერის დაკარგვა (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022).

ბოლო პერიოდია, ევროპის სახელმწიფოებში შეიმჩნევა ნაციონალისტური პოპულიზმის გააქტიურება და თავის მხრივ ქართულ პოლიტიკაშიც იმკვიდრებს ფეხს მსგავსი შინაარსის პოპულისტური მოწოდებები. ფრენსის ფუკუიამას თქმით, ნაციონალისტური პოპულიზმის საფუძველი უშუალოდ მომდინარეობს საზოგადოების მღელვარებით, რომ დაკარგავენ ეროვნულ, კულტურულ იდენტობას (Fukuyama, 2018), პოპულიზმის თეორეტიკოსები ამას უმატებენ ეკონომიკურ და კულტურულ თეზისებს. ეკონომიკური თეზისის თანახმად, პოსტინდუსტრიულმა საზოგადოებებმა გააღრმავა ეკონომიკური უთანასწორობა, ხოლო კულტურული თეორია საუბრობს კონტრევოლუციაზე კოსმოპოლიტიზმისა თუ მულტიკულტურალიზმის წინააღმდეგ. მათი მორგება თავისუფლად შესაძლებელია საქართველოს მაგალითზეც (Minesashvili, 2020), ამ ყველაფერს ქართულ რეალობაში ემატება კიდევ არც თუ სახარბიელო სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა და იქმნება ფონი ნაციონალისტური პოპულისტური მესიჯებისთვის.

მსგავს ნაციონალისტურ პოპულისტურ მესიჯებში აქცენტი კეთდება პატრიოტიზმზე, ტრადიციული ღირებულებებისა და ფასეულობების დაცვაზე, ქართველი ერი კი წარმოადგენს ჯგუფს, რომელიც მორალურად უპირატესია სხვებთან შედარებით (მინესაშვილი, 2019). მსგავსი აქცენტების დასმით ცდილობენ თითქოსდა „მომაკვდავი სამშობლოსა“ და „ქართული სულის“ გადარჩენას (სტეფანი, 2018). ყურადღება უნდა მიექცეს იმასაც, რომ ზემოთ ხსენებული შინაარსის პოპულისტური მესიჯები საკმაოდ რეზისტენტულია, ვინაიდან საკმაოდ ძლიერი ემოციური მუხტის მატარებელია, განსაკუთრებით კონსერვატიულად განწყობილ ნაწილში და ამასთანავე ნაკლებად ემყარება რაციონალურ მსჯელობას (ტულუში & სხვანი, 2019).

ნაციონალისტური შინაარსის პოპულისტური მესიჯები ხშირად ასოცირდება „საქართველოს პატრიოტთა ალიანსთან“. „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მიერ 2019 წელს ჩატარებული ექსპერტთა გამოკითხვითაც დასტურდება, რომ პატრიოტები ყველაზე ხშირად მიმართავენ პოპულიზმს სხვა პოლიტიკურ პარტიებთან

შედარებით (ექსპერტთა გამოკითხვა #9, 2019). ნაციონალ-პოპულისტური მესიჯი იკვეთება პარტიის სახელწოდებიდანვე, აგრეთვე მათივე ჰიმნიდან, რომელშიც მთავარი მოწოდებაა „გათენდი ისევ ქართულო დღე“ (Patriots.ge, 2020). პოპულისტური მესიჯები საკმაოდ მრავლადაა მათ გამოსვლებში, სოციალურ ქსელებსა თუ პარტიის გაზეთებში: „ჩვენ უნდა დავრჩეთ ქართველებად“, „ქართული მიწა წყალი-ქართველ ხალხს“, „დაიცავი საქართველო და შემოხაზე საარჩევნო ნომერი 8“, „მხარი დაუჭირე საქართველოს ინტერესების დაცვას“ და ა.შ (საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი, 2019).

შინაარსობრივად ნაციონალისტური პოპულიზმის ერთ-ერთ ყველაზე გავრცელებული დისკურსია ქსენოფობია, რომელიც უმეტესწილად მიმართულია იმიგრანტების წინააღმდეგ. თუმცა ეს პოზიციებიც სელექციურია და ძირითადად მიემართება არაბულ, არადასავლურ სახელმწიფოებს, ხოლო ნაკლებად ევროკავშირისა თუ პოსტ-საბჭოთა სახელმწიფოებს (ლებანიძე, 2019). მსგავსი მესიჯების ავტორები, როგორც წესი, ულტრამემარჯვენე ძალები არიან. მათი მესიჯბოქსები შემოიფარგლებოდა უცხოელებზე მიწის გაყიდვით აკრძალვით, საიმიგრაციო პოლიტიკის გამკაცრებით, მათი დეპორტაციის მოთხოვნით და სხვა. აღნიშნულზე მეტყველებს NDI-ის კვლევაც, რომლის თანახმადაც მოსახლეობის 56% აზრით, საქართველოს უნდა შეეზღუდა ჩამომსვლელი მიგრანტების ოდენობა (NDI, 2018).

პოპულისტური მესიჯები ქართულ პოლიტიკაში ხშირად ეხება სოციალურად სასურველ საკითხებს და მოიცავს იმ შინაარსს, თემატიკას, რომელზეც არსებობს მაღალი საზოგადოებრივი კონსენსუსი (სიღრმისეული ინტერვიუ ექსპერტთან, 18.05.2022). ერთ-ერთი ასეთი სწორედ რელიგიაა და პოპულისტურ მოწოდებებში ხშირად დომინირებს ქართული მართლმადიდებლური ეკლესიის საკითხი.

„ვიციტ ხომ, რომ ქართული მართლმადიდებლური ეკლესია არის ერთ-ერთი ყველაზე მაღალ რეიტინგული ორგანო საქართველოში, ისევე როგორც ქართული ჯარი. ამიტომ მე თუ ჯარს და ეკლესიას დავიცავ რაღაც ფორმით კრიზისულ სიტუაციაში, შეიძლება მე ვიღაცამ მიწოდოს პოპულისტი“ (სიღრმისეული ინტერვიუ ექსპერტთან, 18.05.2022).

რელიგიური შინაარსის პოპულისტური მესიჯბოქსები მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საზოგადოების კონსოლიდაციას და აგრეთვე მისი ავტორები მარტივად მანიპულირებენ

სამიზნე აუდიტორიით, ამის მიზეზი კი ძირითადად ისაა, რომ საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესია ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და გავლენიანი ინსტიტუტია საქართველოში. ნათქვამს ადასტურებს „მედიის განვითარების ფონდის“ 2017 წლის ანგარიშიც, რომელშიც ნახსენებია, რომ კონკრეტული რადიკალური ძალებისთვის საქართველოს პატრიარქი გახლავთ უმაღლესი რანგის ავტორიტეტი, ეკლესია კი უზენაესი მნიშვნელობის ძალა (მედიის განვითარების ფონდი, 2017). საინტერესოა ისიც, რომ რელიგიას ძალიან კარგად იყენებენ როგორც მემარჯვენე, აგრეთვე მემარცხენე პოპულისტები. იგივე „ქართული მარში“, ხშირად იყენებს მართლმადიდებლურ რელიგიურ სიმბოლიკას და დემონსტრაციებზე მიუძღვით დავით აღმაშენებლის ხატი (სამხარაძე, 2020). საინტერესო იყო აგრეთვე, „ლეიბორისტული პარტიის“ 2012 წლის საარჩევნო პროგრამა, რომელშიც ნათლად იყო ნახსენები პარტიის ფუნდამენტური და აუცილებელი მოვალეობა, კერძოდ, აღესრულებინათ კონსტიტუციური შეთანხმება „საქართველოს სამოციქულო მართლმადიდებლურ ეკლესიასა და ხელისუფლებას შორის“ (სილაგაძე, 2020), აგრეთვე პარტიის წევრები აფიქსირებდნენ პოზიციებს, რომ მართლმადიდებლობა უნდა გამხდარიყო მომავალი თაობების აღზრდის ბაზისი. მსგავსი შინაარსის პოპულისტური მესიჯები დამახასიათებელია „პატრიოტთა ალიანსისთვისაც“, რომლის მთავარი პოპულისტური ლოზუნგი „მე ვიცავ პატრიარქს“ არაერთხელ გამხდარა სხვადასხვა აქციისა თუ დემონსტრაციის საფუძველი, პარტიის პროგრამაში კი წარმოდგენილი ჰქონდათ ქვეთავი, სახელწოდებით „დავაფასოთ პატრიარქი“ (Patriots.ge, 2017). „კონსერვატიული მოძრაობის“ რელიგიურ-პოპულისტური მესიჯბოქსი კი ხალხს ჰპირდება „ქრისტიანული დემოკრატიის“ დამყარებას (radiotavisupleba.ge, 2021).

რელიგიური შინაარსის პოპულიზმი გარკვეულწილად იარაღია მემარჯვენე ძალების ხელში. მაგალითად „ქართული მარში“, „კონსერვატიული მოძრაობა“, „ეროვნული ერთობა“ ხშირად იყენებს რელიგიას, რათა თავიანთ ძალადობრივ ქმედებებს მისცენ ლეგიტიმაცია, ასევე ცდილობენ ქართველ ხალხს დაანახონ, რომ ისლამი ისტორიული კონტექსტის გათვალისწინებით არის მტერი. რაღა თქმა უნდა, მსგავსი განწყობები არსად არ ქრება, დროთა განმავლობაში იგი ილექება საზოგადოებრივ ცნობიერებაში, რისი

დასტურდება ფაქტი, რომ საქართველოს მოსახლეობის 41% უარყოფითად აღიქვამს რელიგიურ მრავალფეროვნებას (კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი, 2018).

„აქ იგულისხმება ბრძოლა იმ უფლებების წინააღმდეგ, როგორც არის მაგალითად. საკუთარი რელიგიური რიტუალის სრულფასოვნად აღსრულება პირობითად, ან ამ ყველაფრის საგანმანათლებლო სივრცეში შემოტანა. მაგალითისთვის სკოლის პროგრამებში იქნება ეს თუ საუნივერსიტეტო წრეებში. ამაზე დისკუსიების წინააღმდეგ ხდება ხო გალაშქრება“ (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022).

როგორც ზემოთაც აღინიშნა, პოპულისტური მესიჯები ხშირად მოიცავს საზოგადოებისათვის მტკივნეულ თემებს, შესაბამისად ქართულ რეალობაში პოპულისტური მოწოდებები ხშირად ეყრდნობა სოციალურ საკითხებსა და პრობლემატიკას. მსგავსი მესიჯბოქსები უფრო მეტად მემარცხენე პოპულისტების სავიზიტო ბარათია, თუმცა ხშირად შეიმჩნევა მემარჯვენე პოლიტიკური ძალების პროგრამებსა თუ გამოსვლებშიც, რაც რეალურად აიხსნება იმით, რომ მსგავსი ნაბიჯებით ცდილობენ მხარდამჭერთა რიცხვის ზრდას. მაგალითად, „პატრიოტთა ალიანსი“ ხშირად საუბრობს საპენსიო თემებზე (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ ანალიტიკოსთან, 28.05.2022). ზოგადად კი, სოციალური შინაარსის მესიჯები საკმაოდ ხშირია „ლეიბორისტული პარტიის“ მხრიდან, მაგალითად საზოგადოებას ჰპირდებოდნენ 7%-იანი ზედა ზღვარის დაწესებას საბანკო პროცენტისთვის, ანაბრების გაცემას, სოციალური დახმარებისა და პენსიის გაზრდას, სოციალური თანასწორობის უზრუნველყოფას (სილაგამე, 2020). სოციალურ თემატიკას ეყრდნობა ანა დოლიძეც, 2020 წლის საარჩევნო პროგრამა გაჯერებული იყო მსგავსი მესიჯებით; „ღირსეული სიბერე პენსიონერებს“, „სტიპენდია მარტოხელა მშობლებს“ და ა.შ (Commersant, 2020).

2.2 პოპულისტური მესიჯების მომზადებისა და გავრცელების საშუალებები

პოპულისტური მესიჯები ფაქტობრივად პოლიტიკური კომუნიკაციის განუყოფელი ელემენტი გახდა და დროთა განმავლობაში დაიხვეწა მისი გავრცელებისა თუ

მომზადების ხერხები. იმისდა მიხედვით, თუ რა შინაარსის მატარებელია პოპულისტური მესიჯბოქსი, იგი შეიძლება მზადდებოდეს სხვადასხვანაირად: “სრული პოპულიზმი” გამორიცხავს და უპირისპირდება როგორც გარე ჯგუფებს, აგრეთვე მიმართავს ხალხს და არის ანტიელიტისტური, მაშინ როდესაც “ანტიელიტისტური” მთლიანად ელიტის წინააღმდეგ ილაშქრებს და “ცარიელი პოპულიზმი” კი მხოლოდ საზოგადოებაზე მითითებებით შემოიფარგლება (Jagers & Walgrave, 2007).

ქართულ რეალობას ძალიან კარგად ერგება „ცარიელი პოპულიზმი“. კონკრეტული ძალები პოპულისტური მესიჯების მომზადებისას მიმართავენ საზოგადოებას და ცდილობენ შექმნან ერთგვარი სუბიექტი, რომელსაც პირობითად უწოდებენ ხალხს (Moffitt & Tormey, 2014). გარდა ამისა, ეს მეთოდი საშუალებას იძლევა ადამიანებმა თავისებური ინტერპრეტაცია გაუკეთონ პოლიტიკოსთა განცხადებებს და მრავალფეროვანი საზოგადოება უფრო დაახლოვდეს. მსგავს ხერხს, როგორც წესი, მიმართავს ხელისუფლება ან ქართულ პოლიტიკაში არსებული რესპექტაბელური ოპოზიციური ძალები. პოპულისტური მოწოდების მომზადებისას წარმატებით გამოიყენება აგრეთვე, ანტიელიტიზმიც და გარე ჯგუფებზე აპელირება, თუმცა ეს ხერხი მემარჯვენე ჯგუფებთან უფრო ასოცირდება.

დღესდღეობით ადამიანები ცხოვრობენ ტექნოლოგიების სფეროში, რაც კიდევ უფრო ამარტივებს პოპულისტური მესიჯების გავრცელების მასშტაბებსა და არეალს. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ სიტყვის თავისუფლების იდეამ და საინფორმაციო-ტექნოლოგიურმა პროგრესმა ძალიან კარგი საფუძველი შექმნა პოპულიზმისთვის, რამაც საგრძნობლად გაამარტივა პოპულისტებისთვის საქმე და დღესდღეობით მათ აქვთ უამრავი საშუალება გაავრცელონ თავიანთი მესიჯები და მოიზიდონ მხარდამჭერები. მართალია ისინი მუდმივად გამოხატულია პოლიტიკურ გამოსვლებში, წინასაარჩევნო პროგრამებსა თუ განცხადებებში (Rooduijn & Pauwels, 2011), მაგრამ გადამწყვეტ როლს მაინც მედია და სოციალური ქსელები წარმოადგენენ. სოციალურ მედიაში პოპულისტებს აქვთ მეტი თავისუფლება გაავრცელონ საკუთარი შეხედულებები და პირდაპირი გზით დაამყარონ კავშირი სამიზნე აუდიტორიასთან (Engesser, Ernst, Esser & Büchel, 2016), განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გამახვილდეს Facebook-სა და

Twitter-ზე. გარდა ამისა, სოციალური ქსელების მეშვეობით პოპულისტებს უადვილდებათ თავიანთი მესიჯები შეფუთონ „ხალხის ხმის“ სახელით (Gerbaudo, 2018), განსხვავებით ჟურნალისტიკისგან, რომელიც ბიუროკრატიის გამო ზოგჯერ ბარიერებს ქმნის პოპულისტური მესიჯებისთვის (Engesser, Ernst, Esser&Büchel, 2016). თუმცა ეს არ აკნინებს მედიის როლს. მაზოლენის თქმით, ხშირად სწორედ მედია უწყობს ხელს პოპულიზმს, საკვანძო სიტყვებისა თუ კომუნიკაციის სხვადასხვა ფორმის გამოყენებით (Mazzoleni, 2008). მართალია რაიმე დადასტურებული ვარაუდი არ არსებობს, რომ მედია პირდაპირკავშირშია პოპულისტური მესიჯების გავრცელებასთან, თუმცა მედია იყენებს კონკრეტულ სიმბოლოებს, ქმნის ე.წ „ხელსაყრელი აზრის კლიმატს“, რაც გარკვეულწილად ააშკარავებს იმას, რომ მედია საშუალებები მართლაც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს პოპულიზმის გავრცელებაში (იგივე, 2008).

ზოგადად, მედია ყოველდღიური პოლიტიკის განუყოფელი ნაწილი გახდა, რომელიც უამრავ საპასუხისმგებლო და საჭირო ფუნქციას ასრულებს, თუმცა ამავე დროს *„მედია პოტენციურად ყველაზე საშიში ინსტრუმენტია პროპაგანდისტული თუ ზოგადად ამომრჩევლის მობილიზების თვალსაზრისით“* (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022). გარდა ამისა, ერთ-ერთი რესპონდენტის თქმით, თანამედროვე ქართულმა მედიამ ფაქტობრივად დაივიწყა ჟურნალისტიკის სტანდარტები და გახდა პოლიტიკური პროპაგანდის ნაწილი, რაც დიდწილად განპირობებულია კომერციალიზაციით და დაფინანსების მოპოვების სურვილით (სიღრმისეული ინტერვიუ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორთან, 22.05.2022). ამასთანავე, ხშირია შემთხვევებიც, როდესაც კონკრეტული პოლიტიზირებული ჯგუფები ქმნიან მედიას და შემდგომ მას კარგად იყენებ საკუთარი მესიჯბოქსების გასავრცელებლად.

პოპულისტური მოწოდებების გასავრცელებლად სატელევიზიო მედიის გამოყენება აქტიურად ვარდების რევოლუციის პერიოდიდან იწყება, როდესაც იმ პერიოდის რუსთავი 2 აქტიურად მხარს უჭერდა რევოლუციურ მუხტს. დროთა განმავლობაში კი აღმოჩნდა, რომ მედიის გამოყენება საკმაოდ წარმატებული იყო, ვინაიდან მას საკმაოდ დიდი აუდიტორია ჰყავს (ტულუში & სხვანი, 2019). ამისთვის მედია უამრავ ხერხს მიმართავს, მაგალითად: საუნდბაიტებს, მედია ეფექტებს, „პოლიტიკის გამარტივებას“

თუ სხვა. გარდა ამისა, მედია ერთგვარ ეკოსისტემად წარმოგვიდგება, ვინაიდან უზრუნველყოფს ყველანაირი შინაარსის ინფორმაციისა მიმოცვლასა და გადაცემას. ამასთანავე, ცდილობს ორიენტირდეს პოლიტიკურ კონფლიქტზე, სკანდალსა თუ პოლიტიკოსის ხმაურიან გამოსვლაზე რეიტინგების მოსაპოვებლად, იცის რომ აღნიშნული თემები ყურებადია და მიმზიდველი მაყურებლისთვის, ამ ყველაფერს საკმაოდ საინტერესოს ფუთავს და ამავე დროს გამიზნულად თუ არაცნობიერად ზრდის პოლიტიკოსის ცნობადობასა და მისი მოწოდებების გავრცელების არეალს (Mazzoleni, 2008).

საყურადღებოა ისიც, რომ საქართველოში საკმაოდ პოლარიზებული მედია გზას უხსნის პოპულიზმს. მტრის ხატის შექმნა თუ სიმულვილის ენა პოლიტიკურ მოწინააღმდეგეზე საუბრისას ყოველდღიურად ისმის ქართული მედიასაშუალებებიდან. საქართველოს შემთხვევა საინტერესოა აგრეთვე იმითაც, რომ მედიის გამოყენებით კუთხით სრული უპირატესობა გააჩნია მემარჯვენე ძალებს. სწორედ მედია კავშირი „ობიექტივი“ და „ალტ-ინფოს“ ტელევიზია წარმოადგენს „პატრიოტთა ალიანსისა“ და „კონსერვატიული მოძრაობის“ საკუთრებებს, რომლებსაც აქტიურად იყენებენ თავიანთი პოპულისტური მესიჯბოქსების გასავრცელებლად და ღიად აღიქმებიან პარტიულ ტელევიზიებად. ასევე კითხვის ნიშნის ქვეშ დგება მათი დაფინანსებით საკითხიც, ვინაიდან მედიის ფუნქციონირება მოითხოვს კარგ ფინანსურ საფუძველს, *„ორ ასეთ პარტიას მინიმუმ საკუთარი ტელევიზია ჰქონდეს, ეს ბევრ ქვეყანაში არ ხდება“* (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022). თუმცა უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ქართულ მედია სივრცეში იშვიათად შედრდება ნეიტრალური პოზიციები და ყველა სატელევიზიო მედიას მცირე თუ დიდი წვლილი შეაქვს პოპულიზმის გავრცელებაში.

მეორე წყარო პოპულიზმისა ესაა სოციალური ქსელები, განსაკუთრებით კი Facebook. განსხვავებით მედიისგან, რომელიც გარკვეულწილად ბიოროკრატიზირებულია და რაღაც წინააღმდეგობებს ქმნის, სოციალურ ქსელებში ეს წინააღმდეგობები მოხსნილია და უფრო მარტივად მიეწოდება პოპულისტური მესიჯბოქსები საზოგადოებას. სოციალური ქსელების გამოყენება ამ კუთხით ბოლო რამდენიმე წელია რაც პოპულარული გახდა,

ვინაიდან ბევრმა ადამიანმა აითვისა და ისწავლა მისი გამოყენება, შესაბამისად პოლიტიკამაც გადაინაცვლა სოციალურ ქსელებში. სწორედ ამის დამსახურებაა, რომ მთელი პოლიტიკური პროცესი წარიმართება სოციალურ მედიაში „*იყენებენ როგორც ფეისბუქ პოსტებს, ფეისბუქ ჯგუფებს, ლაიქების ყიდვას, პოსტების ყიდვას, გაზიარებას და ყველა ფუნქციას რაც გააჩნია*“ (სიღრმისეული ინტერვიუ ექსპერტთან, 18.05.2022). თუმცა სოციალური ქსელების შემთხვევაშიც რთულია აუარო ფინანსურ საკითხს, ვინაიდან დასპონსორებული კონტენტის შექმნას სჭირდება თანხები.

უშუალოდ კონკრეტულ შემთხვევებს რაც შეეხება, სოციალურ ქსელებს ძალიან კარგად იყენებს ანა დოლიძე, რომელიც თითქმის ყოველდღიური ფეისბუქ პოსტებით მიმართავს ხალხს და ცდილობს მათი ყურადღების მიქცევას კონკრეტული თემების გარშემო და საზოგადოების კეთილგანწყობის მოპოვებას, მაშინ როდესაც მემარჯვენე ძალები სოციალურ მედიას უფრო მოწინააღმდეგის გასაკრიტიკებლად იყენებენ (სიღრმისეული ინტერვიუ „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ ანალიტიკოსთან, 28.05.2022). ამასთანავე, ხშირია შემთხვევებიც, როდესაც პოპულისტურ მოწოდებებს არა თავიანთი სახელით, არამედ მათთან დაკავშირებული ფეისბუქ გვერდების საშუალებით ავრცელებენ, თითქოსდა ეს საზოგადოებრივი აზრია და არა უშუალოდ კონკრეტული პოლიტიკური ძალის. მსგავს ხერხს ხშირად იყენებს ალტ-ინფოს პარტია და „ქართული მარში“. ასევე განზრახ ხდება დეზინფორმაციული პოპულიზმის გავრცელება, რომელიც აძლიერებს ნეგატიურ კამპანიას მათი პოლიტიკური ოპონენტების მიმართ და ამას კარგად ახერხებენ ტროლების გამოყენებით (Gerbaudo, 2018).

თავი III. შედარებითი ანალიზი: ქართული პოპულიზმის საშინაო და საგარეო ასპექტები

ქართულ პოპულიზმზე საუბრისას აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ პოლიტიკური ძალები პოპულისტურ მესიჯებს მხოლოდ ქვეყნის შიდა პოლიტიკაში არ მიმართავენ, არამედ მას თავის ფუნქცია-დანაშინულებას უძებნიან საგარეო პოლიტიკურ დონეზეც. შესაბამისად, აუცილებელია შედარებითი ანალიზის საფუძველზე გამოიკვეთოს საგარეო და საშინო პოპულიზმის მსგავსება/განსხვავებები.

შესაძლებელია ითქვას, რომ ერთ-ერთი უმთავრესი განსხვავება უშუალოდ პოპულიზმის გაგებას ეყრდნობა. ქვეყნის შიდა პოლიტიკაში, პოპულისტურ მესიჯბოქსებს უფრო მეტად იყენებენ, როგორც პოლიტიკურ სტრატეგიად, რათა მოიპოვონ მეტი მხარდამჭერი და ეს ძალიან ემსგავსება ოპორტუნიზმს, *„ჩვენ რეალობაში, მე მგონია, რომ ძირითადად ჩვენთან პოპულისტური მესიჯბოქსები და პოპულისტური შეტყობინებები გამოიხატება იმით, რომ ეს არის საზოგადოებრივი აზრის პოზიციების გათვალისწინება რიგი შემთხვევების დროს“* (სიღრმისეული ინტერვიუ ექსპერტთან, 18.05.2022). მაშინ როდესაც, საგარეო ასპექტები უფრო მეტად ეყრდნობა პოპულიზმის იდეოლოგიურ გაგებას, ერთგვარ „იდეათა ერთობლიობას“, რომელიც ამტკიცებს რომ თავად წმინდაა, საუბრობს უმრავლესობის სახელით და უპირისპირდება კორუმპირებულ, გახრწნილ მოწინააღმდეგეს (სილაგამე, 2020). ამ უკანასკნელის გათვალისწინებით, შესაძლებელია საუბარი კიდევ ერთ განმასხვავებელ მახასიათებელზე. საგარეო პოლიტიკური პოპულიზმის ავტორები სრული დომინირებით მემარჯვენე რადიკალური ძალები არიან და მათ ნარატივს ეყრდნობა მოწოდებებიც, მაშინ როდესაც შიდა პოლიტიკურ სივრცეში აქტიურად ჩნდება მემარცხენე თუ ლიბერალურ პოპულიზმს. ამ ტენდენციის ახსნა გარკვეულწილად შესაძლებელია ევროპული სახელმწიფოების მაგალითზეც, სადაც ულტრამემარჯვენე ძალები უკიდურესად გააქტიურებულნი არიან, სოციალ-დემოკრატები კი პირიქით, პოლიტიკურ კრიზისებს ებრძვიან (ლევანიძე, 2019). ამას ემატება ისიც, რომ მემარჯვენე ძალები უფრო მეტ რესურს ფლობენ მედიისა თუ ფინანსური თვალსაზრისით. განმასხვავებელია თავად მესიჯბოქსების მომზადების მეთოდებიც. შიდა

პოლიტიკისთვის დამახასიათებელია როგორც „ცარიელი პოპულიზმი“ და ხალხის ხმით საუბარი, აგრეთვე „ანტიელისტური“ და „გარე ჯგუფების“ პოპულიზმი. საგარეო დონეზე კი უმეტესწილად ეყრდნობიან „გარე ჯგუფების“ პოპულიზმს.

მიუხედავად რიგი განსხვავებებისა, საშინაო და საგარეო პოპულისტურ მესიჯბოქსებს ბევრი რამ აქვთ საერთო. მსგავსად შიდა პოლიტიკისა, საგარეო დონეზეც საკმაოდ გავრცელებულია მესიჯბოქსები, რომლებიც ნაციონალისტურ, პატრიოტულ შინაარსს მოიცავს. სწორედ ამ ნარატივზე აფუძნებენ „მტრის ხატსაც“, თუმცა იგი მიემართება არა უშუალოდ კონკრეტულ ჯგუფებს, არამედ კონკრეტულ სახელმწიფოებს. ყველაზე გავრცელებული ნარატივი ამ მიმართულებით გახლავთ ანტილიბერალური პოპულიზმი, რომელიც მიემართება დასავლურ ევროპულ სახელმწიფოებს და გამოიხატება ევროსკეპტიციზმში.

ანტილიბერალურ ნარატივს საგარეო დონეზე გარკვეულწილად ახალისებს კონსერვატიული განწყობები და პოზიციები, რომლებიც აკუმულირებულია ქართულ საზოგადოებაში. მემარჯვენე პოლიტიკური ძალების თქმით, („კონსერვატიული მოძრაობა“, „ქართული მარში“ და ნაწილობრივ „საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი“) ევროკავშირი, აშშ და სხვა ევროპული სახელმწიფოები საფრთხეს უქმნიან ეროვნულ, ქართულ იდენტობას და ამასთანავე თავს ახვევენ ქართველი ხალხისთვის ყოველივე მიუღებელს: სექსუალურ უმცირესობებსა თუ გარყვნილებას, შეურაცხყოფენ მართლმადიდებლობას და ა.შ. ერთ-ერთი ანგარიშის მიხედვით (Kintsurashvili, 2015) 2016 წელს პოლიტიკური პარტიების, საზოგადოებრივი აქტორებისა თუ კონკრეტული ანტილიბერალური მედია საშუალებების მიერ გამოქვეყნებული 1258 გზავნილიდან მესამედზე მეტი საუბრობდა ეროვნული ღირებულებებისა თუ იდენტობისთვის შექმნილ საფრთხეებზე. მსგავსი მესიჯბოქსებით და პროპაგანდით საზოგადოების ნაწილს არწმუნებენ, რომ ქართული ტრადიციები და იდენტობა შეუთავსებელია ევროკავშირთან და დასავლურ ღირებულებებთან. ანტილიბერალური პოპულიზმი კიდევ უფრო გაძლიერდა რუსეთ-უკრაინის კონფლიქტის პერიოდში ალტ-ინფოს მხრიდან. ალტ-ინფოს თქმით, ლიბერალიზმის იდეოლოგია საფრთხეს უქმნის საზოგადოების სტაბილურობასა და უსაფრთხოებას, ამოფარებულია პიროვნული

თავისუფლებისა და ინდივიდუალიზმის იდეას, ამასობაში კი რეალურად მავნე იდეებსაა ამოფარებული და ცდილობს წაშალოს ყოველივე ეროვნული. მათი სატელევიზიო გადაცემები იწყება პოპულისტური მესიჯით: „არ გადართოთ ლიბერალურ არხებზე“, ასევე სოციალურ ქსელებშიც ხშირია გზავნილები: „დავასრულოთ ლიბერალური დიქტატი“, „ნატო და ამერიკის შეერთებული შტატები მიატოვებენ უკრაინასა და საქართველოს“, „ნატოსა თუ ევროკავშირში გაწევრიანება წამგებიანია როგორც საქართველოსთვის, აგრეთვე უკრაინისთვის“ და სხვა (Isfed.ge, 2022). დღევანდელი მდგომარეობის გათვალისწინებით, რომ შეფასდეს აღნიშნული მესიჯბოქსები მნიშვნელოვან ზეგავლენას ვერ ახდენს ქვეყნის საერთაშორისო იმიჯზე და არ ცვლის ქართველი ხალხის სურვილს გახდეს ევროპული ოჯახის წევრი (NDI, 2017), თუმცა სახელმწიფოს მაინც მართებს ყურადღება, რათა ჰქონდეს ადეკვატური რეაქცია აღნიშნულ ფაქტებზე და არ განმეორდეს 5 ივლისის მოვლენები: „*იმიჯს, როგორც ასეთს, საერთაშორისო ველზე ზიანი მოუტანა არა იმან, რომ პოპულისტური აქტორები არსებობენ, ეს პირიქით დემოკრატიის ერთ-ერთი კომპონენტია, რომ ყველა უნდა არსებობდეს ვისაც უნდა არსებობა, მაგრამ მთავარი რამაც იმიჯს დაარტყა არის სახელმწიფოს რეაგირება კანონის ფარგლებში, იქ ადამიანის უფლებათა პრინციპების ფარგლებში და მისი აღსრულების ფარგლებში*“ (სიღრმისეული ინტერვიუ, „საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან 13.05.2022). გარდა ამისა, რიგი პოლიტიკური ტენდენციები ცხადჰყოფს, რომ ის რაც ხდება ევროპის პოლიტიკურ სივრცეში კონკრეტული დროის შემდეგ გამოხატულებას ჰპოვებს საქართველოშიც. შესაბამისად, მაშინ როცა ევროპაში უკიდურესად მომძლავრებულია ულტრამემარჯვენე ძალები, პოპულისტი ლიდერები მნიშვნელოვან წარმატებას აღწევენ არჩევნებში, მაგ: მარი ლე პენი, აუცილებელია სახელმწიფოს მხრიდან რეაგირება, სწავლა ევროპულ გაკვეთილებზე, რადგან 10-15 წლის შემდეგ იგივე ვითარების წინაშე არ აღმოჩნდეს ქართული საზოგადოება (სიღრმისეული ინტერვიუ ექსპერტთან, 18.05.2022).

ქართულ საგარეო პოპულიზმზე საუბრისას, აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ე.წ „მტრის ხატი“ მხოლოდ დასავლურ სახელმწიფოებზე არ ვრცელდება, არამედ საკმაოდ გავრცელებული ნარატივია ანტითურქულობა, რომელიც ძირითადად ისტორიულ ფაქტებზეა დამყარებული და მსგავსად შიდა პოლიტიკისა მიმართავენ თითქოსდა

ტრადიციებისა და ეროვნული იდენტობის დაცვის გამო. პოპულისტური ჯგუფების თქმით, თურქეთი საქართველოს ისტორიული მტერია და ამგვარად მანიპულირებენ საზოგადოებაზე. ავრცელებენ მესიჯბოქსებს, რომ თურქული კაპიტალი და ინვესტიციები ქვეყნის სუვერენიტეტს უქმნის საფრთხეს და ამიტომ უნდა აღიკვეთოს იგი. აღვივებენ აგრეთვე კულტურულ კონფლიქტებს აჭარაში, და როგორც ერთ-ერთი რესპონდენტი აღნიშნავს, აჭარელ მუსლიმებს ხშირად უწევთ ბრძოლა პოლიტიკურ დონეზე, რათა უზრუნველყოფილ იქნას მათი ინტეგრაცია (სიღრმისეული ინტერვიუ “საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტის“ მკვლევართან, 13.05.2022). ანტითურქული პოპულიზმის გავრცელებაში საკმაოდ დიდი წვლილი მიუძღვის „პატრიოტთა ალიანსს“, რომელიც დასპონსორებული ფეისბუქ გვერდებიდან ხშირად ავრცელებს თურქოფობიურ მესიჯებს: „დაიცავი აჭარა-დაიცავი შენი წილი საქართველო“, „გენოციდი-დაიცავი აჭარა“, „თურქების პრეტენზიები-დაიცავი შენი წილი საქართველო“, “ვიმოქმედოთ, ნუ დავუთმობთ აჭარას თურქეთს“. 2020 წლის საარჩევნო კამპანიის დროს, აჭარაში ბანერიც გამოფინეს, სადაც აჭარა ოკუპირებულ ტერიტორიად იყო აღნიშნული, თურქეთი კი ოკუპანტად (Formulanews.ge, 2020). ანტითურქულ ნარატივს აგრძელებს ალტ-ინფოს პარტია „კონსერვატიული მოძრაობაც“, რომელიც რუსეთთან ურთიერთობაში ხედავს თურქული „საფრთხის“ თავიდან არიდების შესაძლებლობას.

დასკვნა

თანამედროვე სამყაროში პოლიტიკური დღის წესრიგის განუყოფელი ნაწილი გახდა პოპულისტური მესიჯები, რომელიც სხვადასხვა სიხშირით ვრცელდება და განსხვავებულ შინაარსებს ეყრდნობა. იგი დამახასიათებელია ყველა ტიპის პოლიტიკური სისტემისთვის, მისი დემოკრატიულობისა თუ ავტორიტარულობის მიუხედავად. ვინაიდან და რადგანაც საქართველო გლობალური მსოფლიოს ნაწილია, ამ კუთხით გამონაკლისს არც იგი წარმოადგენს.

კვლევა მიზნად ისახავდა განესაზღვრა, რა შინაარსის მატარებელი იყო უშუალოდ ქვეყნის შიდა და საგარეო პოლიტიკაში გაჟღერებული პოპულისტური მესიჯბოქსები, გაჟღერებული ხელისუფლების, ოპოზიციური პარტიების თუ კონკრეტული პოლიტიკური ძალების მხრიდან. ამასთანავე, დაედგინა რა მეთოდებით ხდებოდა აღნიშნული მესიჯბოქსების მომზადება და შემდგომ მიწოდება სამიზნე აუდიტორიისთვის.

კვლევის დასაწყისში წამოყენებული იყო ცენტრალური ვარაუდი, ჰიპოთეზა, რომ საქართველოში პოპულისტური მესიჯები საშინაო და საგარეო დონეზე შინაარსით ძირითადად მსგავსი იყო, რაც გარკვეულწილად განპირობებული გახლდათ იმით, რომ მესიჯბოქსების გამავრცელებელი წყარო და ავტორი გახლავთ ერთი და იგივე. ამავე მიზეზით მსგავსი იყო მისი გავრცელების საშუალებები. რაც შეეხება განსხვავებებს, იგი ძირითადად იკვეთება პოპულიზმის აღქმასა და მისი მომზადების საშუალებებში.

კვლევის შედეგად, შესავალ ნაწილში გაჟღერებული წინასწარი ვარაუდი დამტკიცდა. კვლევამ აჩვენა, რომ ქართული პოპულიზმი საშინაო და საგარეო პოლიტიკაში შინაარსობრივად მსგავსია, ძირითადად დაფუძნებულია ეროვნულ-რელიგიურ, ნაციონალისტურ, კონსერვატიულ იდეებზე, ვინაიდან ამ თემებით კარგად ხდება საზოგადოების მანიპულირება და ყურადღების მიქცევა. შინაარსობრივი მსგავსება ორივე დონეზე განპირობებულია იმით, რომ პოპულისტური მესიჯების ავტორები ძირითადად არიან მემარჯვენე ჯგუფები, შესაბამისად სწორედ ისინი ქმნიან ერთგვარ პოპულიზმის დღის წერიგს, მიუხედავად იმისა, რომ ქართულ პოლიტიკაში ყველა

პოლიტიკური ძალა მიმართავს პოპულიზმს. გარდა ამისა, ორივე ასპექტში მთავარი ამოსავალი წერტილი „მტრის ხატის“ შექმნაა, რომელიც აღრმავებს პოლარიზაციას, საზოგადოებას ჰყოფს ორ ნაწილად და ახალისებს რადიკალიზმს. კვლევა აჩვენებს, რომ მსგავსი ნარატივით ქმნიან დიქტომიას ჩვენ vs სხვები, თუმცა ეს „სხვებიც“ შესაძლოა იყვნენ სხვადასხვა ძალები: ხელისუფლებისთვის ოპოზიცია, ოპოზიციისთვის პოზიცია, მემარჯვენე ძალებისთვის კი დასავლური ლიბერალური სამყარო, სექსუალური უმცირესობები, კონკრეტული ეროვნების წარმომადგენლები და სხვა. აღნიშნულს ეხმიანება სწორედ კვლევის პროცესში გამოყენებული მუდესა და კალტვასერის თეორიაც, რომელიც პოპულიზმს ბრალს დებს საზოგადოების დაყოფასა და დაპირისპირებაში. მსგავსია აგრეთვე გავრცელების საშუალებებიც, ვინაიდან მედიასა და სოციალურ ქსელებს თანამედროვეობაში ძნელად თუ მოეძებნება შემცველი.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა აგრეთვე რიგი განსხვავებებიც. საშინაო პოლიტიკაში პოპულისტური მესიჯები უფრო მეტად აღქმულია, როგორც პოლიტიკური სტრატეგია, მაშინ როცა საგარეო დონეზე უპირატესობა ენიჭება საკითხის იდეოლოგიურ გაგებას. კვლევა აჩვენებს იმასაც, რომ განსხვავებულია პოპულისტური მოწოდებების მომზადების გზები, შიდა პოლიტიკა ამ კუთხით უფრო მრავალფეროვანია, ვინაიდან გამოიყენება როგორც ანტიელიტისტური, აგრეთვე „გარე ჯგუფებისა“ და „ცარიელი პოპულიზმი“, საგარეო დონეზე კი უმეტეს წილად აქცენტი გადადის „გარე ჯგუფებზე“.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- გვაძაბია, მ. (2022). უნგრეთის არჩევნები: ომი უკრაინაში, როგორც საკვანძო საკითხი. <https://netgazeti.ge/life/603053/>
- კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი, (2018). *სიძულვილით მოტივირებული დანაშაული, სიძულვილის ენა და დისკრიმინაცია საქართველოში.* <https://caucasusbarometer.org/ge/hs2018ge/codebook/>
- ლებანიძე, ბ. (2019). *იდენტობის პოლიტიკა და პოპულიზმი: ევროპული გაკვეთილები საქართველოსთვის.* <https://bit.ly/3MhMHWU>
- ლებანიძე, ბ. (2019). *პოპულისტური ნაციონალიზმი საქართველოში: როგორია მისი გავლენა საქართველოს ევროპული ინტეგრაციის პროცესზე?* პოლიტიკის დოკუმენტი #18, საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი <https://t.ly/hF-8>
- მაცაბერიძე, მ. (2014). *პოლიტიკური კომუნიკაცია: პოპულიზმი, მანიპულირება, სპინდოქტორი.*
- მედიის განვითარების ფონდი, (2017). *Facebook-ში ულტრანაციონალისტური ჯგუფების აქტიურობის მონიტორინგი „ქართველთა მარშის“ წინ.* <http://bit.ly/2ugEa2s>
- მინესაშვილი, ს. (2019). *ულტრამემარჯვენე პოპულიზმის სოციალური საფუძვლები საქართველოში.* პოლიტიკის დოკუმენტი #16, საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი <https://t.ly/Q6BQ>
- სამხარაძე, ნ. (2020). *თანამედროვე ქართული პოპულიზმის დეკონსტრუქცია: ნარატივები პოლიტიკური პარტიებიდან საზოგადოებრივ მოძრაობებამდე.* პოლიტიკის ნარკვევი #33, საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი <https://bit.ly/3Nqboln>
- საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი, (2019). *ჩვენი ხედვა პროგრამა.*
- საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი, (2019). *ექსპერტთა გამოკითხვა #9.* <https://tinyurl.com/4kfymzp3>

სილაგაძე, გ. (2020). ვინ (არ) არის პოპულისტი საქართველოში? ფართოდ გავრცელებულ ტერმინში გარკვევა. პოლიტიკის ნარკვევი #34, საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი <https://bit.ly/3mmy17u>

სტეფანი, ა. (2018). ულტრამემარჯვენე პოპულისტური მოძრაობები: ახალი გამოწვევა საქართველოსთვის. პოლიტიკის დოკუმენტი #5, საქართველოს პოლიტიკის ინსტიტუტი <https://t.ly/ypI4>

ტულუში, ლ. თურმანიძე, კ. გაგუა, მ. ხუნდაძე, ც. ანანიშვილი, გ. ზურაბიშვილი, თ. (2019). ანტილიბერალური პოპულიზმი და რუსული გავლენის საფრთხე საქართველოს რეგიონებში. ღია საზოგადოების ფონდი <https://t.ly/dmhg>

ჩხაიძე, ი. (2021). დასავლეთი როგორც „ცარიელი აღმნიშვნელი“: პოპულიზმი თანამედროვე საქართველოში.

Commersant.ge, (2020). ანა დოლიძე საარჩევნო კამპანიის პრეზენტაციას გამართავს - „პოლიტიკა ხალხისთვის“ და „ჩემი უბანი - ჩემი ქვეყანა“ <https://commersant.ge/ge/post/ana-dolidze-saarchevno-kampaniis-prezentacias-gamartavs-politika-xalxistvis-da-chemi-ubani-chemi-qveyanaa>

Formulanews.ge, (2020, 31 აგვისტო). პატრიოტთა ალიანსი Facebook-ზე ძირითადად თურქოფობიული შინაარსის ვიდეოებს ასპონსორებს. <https://bit.ly/3O6Jsms>

GD.ge, (2022, მარტი 16). „ქართული ოცნების“ თავმჯდომარის ირაკლი კობახიძის განცხადება. <https://bit.ly/3xodeMJ>

Isfed.ge, (2022). 8 პროპაგანდისტული გზავნილი უკრაინის კრიზისთან დაკავშირებით ფეისბუქზე. <https://isfed.ge/geo/blogi/8-propagandistuli-gzavnili-ukrainis-krizistan-dakavshirebit->

Patriots.ge, (2017). საქართველოს პატრიოტი. <https://patriots.ge/ka/npN1>

Radiotavisupleba.ge, (2021). „ალტ-ინფოს“ პარტია მიზნებით რუსეთისკენ. <https://www.radiotavisupleba.ge/a/31571140.html>

Tabula.ge, (2020, ივლისი 9). შიხიაშვილი: ქართული მარში ვიქნებით ის ძალა, ვინც მთელ სალიბერალურ დაგამთავრებთ. <http://tbl.ge/4wh7>

Aalberg, T. De Vreese, C.H. (2017). *Comprehending Populist Political Communication*. University of Amsterdam

https://pure.uva.nl/ws/files/26865212/Comprehending_Populist_Political_Communication.pdf

Albertazzi, D & Vampa, D. (2021). *Populism in Europe: Lessons from Umberto Bossi's Northern League*. Manchester University Press

<https://www.manchesterhive.com/view/9781526133960/9781526133960.xml>

Albertazzi, D & Vampa, D. (2021). *Populism and New Patterns of Political Competition in Western Europe*. Routledge:London

Betz, H.-G. (1994). *Radical right-wing populism in Western Europe*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. <https://bit.ly/3mlcDGp>

Chafe, W. *On the Origins of Populism*. Venice International University

Eibl, O & Gregor, M. (2019). *A Brief Historical Overview of Political Campaigning: Theories, Concepts, and Approaches*.

https://www.researchgate.net/publication/336559853_A_Brief_Historical_Overview_of_Political_Campaigning_Theories_Concepts_and_Approaches

Engesser, S. Ernst, N. Esser, F & Büche, F. (2016). *Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology*. <https://bit.ly/3y2dkLr>

Fukuyama, F. (2018). *The rise of populist Nationalism*. <https://www.credit-suisse.com/about-us-news/en/articles/news-and-expertise/francis-fukuyama-the-rise-of-populist-nationalism-201801.html>

Gaston, S. (2017). *Far-Right Extremism in the Populist Age*. Friedrich Ebert Stiftung

<https://www.demos.co.uk/wp-content/uploads/2017/06/Demos-Briefing-Paper-Far-Right-Extremism-2017.pdf>

- Gerbaudo, P. (2018). *Social media and populism: an elective affinity?*. King's College London
https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/files/97134302/Social_media_and_populism_GERBAUDO_First_online8May2018_GREEN_AAM.pdf
- Geva, D. (2018). *Daughter, Mother, Captain: Marine Le Pen, Gender, and Populism in the French National Front*. <https://bit.ly/3NOFjDO>
- Hawkins, KA. (2010). *Venezuela's Chavismo and populism in Comparative Perspective*. Cambridge University press. https://www.researchgate.net/profile/Heather-Sugden-2/publication/216619225_The_Seashore/links/60cdd182a6fdcc01d4837576/The-Seashore.pdf
- Jack, V. (2022). *Marine Le Pen in her own words*. Politico
<https://www.politico.eu/article/marine-le-pen-french-election-france-in-her-own-words-macron/>
- Jagers, J. Walgrave, S. (2007). *Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium*.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.517.954&rep=rep1&type=pdf>
- Jasiewicz, K. (2008). *The New Populism in Poland: The Usual Suspects?*.
<https://doi.org/10.2753/PPC1075-8216550302>
- Kintsurashvili, T. (2015). *Anti-Western Propaganda*. https://www.media-diversity.org/additional-files/documents/Anti-Western_Propaganda_Media_Monitoring_Report.pdf
- Laclau, E. (2005). *Populism: what's in a name?*. Center of Basque Studies-University of Nevada
http://scholarworks.unr.edu:8080/bitstream/handle/11714/117/empire_terror-web.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=104
- Lilleker, D.G. & Weidhase, N. (2022). *The Psychology of Populism*. Palgrave Macmillan
- Lilleker, D.G & Balaban, D. (2021). *Campaigning on Facebook in the 2019 European Parliament Election*.

- Mansbridge, J. & Macedo, S. (2019). *Populism and Democratic Theory*.
<http://www.princeton.edu/~macedo/Papers/Mansbridge%20Macedo%20Populism%20AnnRevLawSocSci%2019.pdf>
- Mazzoleni, G. (2008). *Populism and the Media*. <https://bit.ly/3Qht2tu>
- McGinnis, D.P. (2021). *Anti-Immigrant Populism in Italy: An Analysis of Matteo Salvini's Strategy to Push Italy's Immigration Policy to the Far Right*. The Yale Review of International Studies <http://yris.yira.org/winter-issue/4659>
- Meyssonnier, S. (2021). *France's Le Pen proposes referendum on immigration if elected president*. Reuters <https://www.reuters.com/world/europe/frances-le-pen-proposes-referendum-immigration-if-elected-president-2021-09-27/>
- Minesashvili, S. (2020). *Cultural values or economic insecurity: What predicts mass support for right-wing populists?* Policy Brief No. 24, Georgian Institute of Politics <http://gip.ge/wp-content/uploads/2020/03/Policy-brief-24-Salome-Minesashvili-1.pdf>
- Moffit, B. Tormey, S. (2014). *Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style*. <https://bit.ly/3Qyyl7G>
- Mudde, C. (2004). *The populist zeitgeist, Government and opposition*. <https://bit.ly/3ybXq1r>
- NDI, (2018). *Public attitudes in Georgia Results of December 2018 survey*.
http://caucasusbarometer.org/downloads/NDI_presentation/NDI%20Georgia_December%202018%20poll_Political_ENG_Version%20Final.pdf
- Pasquino, G. (2005). *Populism and Democracy*. The Johns Hopkins University
- Riedel, R. (2017). *Populism and Its Democratic, Non-Democratic, and Anti-Democratic Potential*. Polish Sociological Review
- Rooduijn, M & Akkerman, T. (2015). *Flank attacks: Populism and left-right radicalism in Western Europe*. <https://bit.ly/3xFJIn4>
- Rooduijn, M & Pauwels, T. (2011). *Measuring populism: Comparing two methods of content analysis*. West European Politics <https://doi.org/10.1080/01402382.2011.616665>

- Roth, K. (2018). *The dangerous rise of populism; global attacks on human rights values*.
<https://www.jstor.org/stable/44842604>
- Salmela, Matias, M.E. (2018). *Emotional Dynamics of Right- and Left- Wing Political Populism*.
University of Helsinki
https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/323996/Emotional_Dynamics_of_Right_and_Left_Wing_Populism_2.pdf?sequence=1
- Silagadze, G. (2020). *Who is (not) populist in Georgia? Making Sense of the Buzzword*. Policy Memo No. 34, Georgian Institute of Politics, <https://bit.ly/3Qkiyti>
- Spruyt, B. Keppens, G & Van Droogenbroeck, F. (2016). *Who Supports Populism and What Attracts People to It?*.
https://biblio.vub.ac.be/vubirfiles/68138101/Political_Research_Quarterly_2016_Spruyt_335_46.pdf
- Urbinati, N. (2018). *Political Theory of Populism*. <https://bit.ly/3HDBIXc>
- Weyland, K. (2001). *Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics*. <https://www.jstor.org/stable/422412>
- Wiatr, J.J. (2022). *Political Leadership Between Democracy and Authoritarianism: Comparative and Historical Perspectives*. <https://shop.budrich.de/wp-content/uploads/2022/01/9783847416937.pdf>
- Woo, J. (2003). *Social polarization, industrialization, and fiscal instability: theory and evidence*.
<https://bit.ly/3xFCEFG>

დანართები

დანართი #1 სიღრმისეული ინტერვიუს გზამკვლევი

1. თქვენი აზრით, რამდენად აქტუალურია პოპულიზმის პრობლემა საქართველოში?
2. რა საფრთხის შემცველია პოპულისტური მესიჯები ჩვენი ქვეყნისთვის?
 - 2.1 აღრმავებს თუ არა პოპულისტური მესიჯები ქართულ საზოგადოებაში არსებულ პოლარიზაციას?
3. როგორ ფიქრობთ, რა თემებს მოიცავს, რა ნარატივებს ეყრდნობა პოპულისტური მესიჯები, როგორც ქვეყნის შიდა პოლიტიკაში, აგრეთვე საგარეო ასპარეზზე?
 - 3.1 არის თუ არა მათ შორის მსგავსება/განსხვავებები?
4. როგორ ფიქრობთ, ქართული საგარეო პოპულიზმი რა გავლენას ახდენს ჩვენი ქვეყნის საერთაშორისო იმიჯზე?
5. თქვენი აზრით, ძირითადად რა ჯგუფები და ძალები არიან პოპულისტური მესიჯების ავტორები?
 - 5.1 სარგებლობენ თუ არა ეს ჯგუფები პოპულარობით ქართულ საზოგადოებაში და თუ კი რატომ?
6. რა მეთოდებს იყენებენ პოპულისტური მესიჯების მომზადებისა თუ გავრცელებისთვის?
 - 6.1 ხედავთ თუ არა აღნიშნულში სოციალური ქსელების მნიშვნელობას?
7. თქვენი აზრით, რა ფაქტორები განაპირობებს პოპულისტური მესიჯებისადმი ქართული საზოგადოების კეთილგანწყობას?