



კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი
ხელნაწერის უფლებით

მაია ურუშაძე

გლობალური აქტორების პროპაგანდის
გავლენა პოლიტიკურ პროცესებზე
ახალი დემოკრატიის ქვეყნებში

პოლიტიკის მეცნიერების სადოქტორო
საგანმანათლებლო პროგრამა

პოლიტიკის მეცნიერების დოქტორის აკადემიური
ხარისხის მოსაპოვებლად
წარმოდგენილი დისერტაციის

აკტორეფერატი

თბილისი, 0141, საქართველო
2024

ნაშრომი შესრულებულია კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ და ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის პოლიტიკის მეცნიერების სადოქტორო საგანმანათლებლო პროგრამის ფარგლებში.

სამეცნიერო ხელმძღვანელები:

- თამარ კიკნაძე - პოლიტიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
- მარჟენა ჟაკოვსკა - პოლიტიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი

ოფიციალური რეცენზენტები:

- დავით ტაბატაძე - საერთაშორისო ურთიერთობებისა და ევროპათმცოდნეობის დოქტორი. კსუ ასოცირებული პროფესორი
- ხათუნა ჩარკვიანი - სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი

დისერტაციის დაცვა შედგება 2024 წლის 4 ივლისს, 15 საათზე, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ და ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის პოლიტიკის მეცნიერების სადოქტორო საგანმანათლებლო პროგრამის სადისერტაციო საბჭოს სხდომაზე.

მისამართი: 0192, თბილისი, ჩარგლის ქუჩა №73, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის პირველი კორპუსი, 305-ე აუდიტორია.

დისერტაციის გაცნობა შესაძლებელია კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკაში.

სადისერტაციო საბჭოს მდივანი: პეტრე მამრამე, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი.

ნაშრომის ზოგადი დახასიათება

საკითხის წინაპირობა და თემის აქტუალურობა:

დღეს თანამედროვე მედიასივრცე უხვადაა გაჯერებული მრავალფეროვანი ინფორმაციით. მედიასაშუალებების მიერ ტირაჟირებული ახალი ამბების ნაკადებიდან რთულია ამოარჩიო ნამდვილად მნიშვნელოვანი და სანდო. შესაბამისად, დღევანდელ რეალობაში აუცილებელია ჭარბი ინფორმაციული ნაკადების გაფილტვრა, შესაფერისი ფილტრების შერჩევა კი შეუძლებელია, თუ არ გავითვალისწინებთ მთავარ ფაქტორს, რომელიც ობიექტური რეალობის ამსახველ მედიასურათს ცვლის - პროპაგანდას. სწორედ ამიტომ გადავწყვიტეთ, უფრო ღრმად შევისწავლოთ პოლიტიკის ეს ინსტრუმენტი, მისი ისტორია, თანამედროვე როლი და გავლენა საერთაშორისო პროცესებზე. მით უმეტეს, რომ ჩვენი, როგორც მცირე ქვეყნის, უსაფრთხოების, პოლიტიკური სიმწიფისა და საერთაშორისო ურთიერთობების კვალიფიციურად დაგეგმვისთვის მნიშვნელოვანია იმ ფსიქოლოგიური „ღუზების“ იდენტიფიცირება, რომლებსაც სხვადასხვა მიზნების მქონე პროპაგანდისტული მანქანები ჩვენი სოციუმის ფსიქიკაში ადრეული ასაკიდანვე ნერგავენ.

კვლევის მიზნები და ამოცანები:

კვლევის მიზანი იყო დაგვედგინა, რა უშუალო გავლენას ახდენს მძლავრი გარე პოლიტიკური აქტორების პროპაგანდისტული ნაკადები „ახალი დემოკრატიების“ შიდა პოლიტიკაზე. მიზნის მისაღწევად, ჩვენი ამოცანები იყო:

- გარე აქტორთა პროპაგანდის მოქმედების ზოგადი სქემის გამოკვეთა;
- ამ სქემებში იმ საკვანძო, განსაკუთრებულად სენსიტიური კომპონენტების პოვნა, რომელთა მიზანმიმართული გამოყენებაც სიკეთის მომტანი ან საფრთხის შემცველი

იქნებოდა როგორც ქვეყნის სახელმწიფოებრივი ინტერესების, ისე საზოგადოების მენტალური ჯანმრთელობისთვის.

- საქართველოს, პოლონეთისა და რუმინეთის სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებზე მსოფლიოს და რეგიონის ძლიერი პოლიტიკური აქტორების პროპაგანდის გავლენის დადგენა და საზოგადოებისა და პოლიტიკური ისტებლიშმენტის მიერ გარე პოლიტიკური ძალების ნარატივების აღქმის ადეკვატურობის შეფასება;
- იმ ჩარჩოების, ე.წ. „ფრეიმების“ კვლევა, რომელთა ფარგლებშიც პოსტსაბჭოთა ქვეყნების საზოგადოებებში ინდივიდებს უყალიბდებათ გარკვეული მიდგომა ამა თუ იმ ფაქტის, მოვლენის, პროცესის ან ტენდენციის მიმართ;
- იმ ფსიქოლოგიური „ღუზების“ იდენტიფიცირება, რომლებიც ამ მიდგომების ფორმირებას უწყობს ხელს.

დაგვჭირდა შეგვესწავლა ზოგადად პროპაგანდის ფენომენი, სკოლები, ინსტრუმენტები, მსოფლიოს სხვადასხვა მძლავრი პოლიტიკური აქტორების პროპაგანდა, ამ აქტორთა ნარატივები და მათი თანხვედრა ლოკალური პოლიტიკური სპექტრის ნარატივებთან (ამ გზით ვიკვლევდით პროპაგანდის, როგორც პოლიტიკური ბრძოლის ეფექტური ხერხის, მოქმედების მექანიზმებს). ვინაიდან კვლევის არეალად შევარჩიეთ საქართველო (როგორც პოსტსაბჭოთა სახელმწიფო), პოლონეთი და რუმინეთი (როგორც ყოფილი სოციალისტური ბანაკის ქვეყნები), ჩვენს ამოცანად მივიჩნიეთ, ერთის მხრივ, შეგვესწავლა ამ სახელმწიფოთა სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებზე გლობალური თუ რეგიონული მასშტაბის მსხვილი პოლიტიკური აქტორების პროპაგანდის გავლენა და, მეორე მხრივ, ამ სახელმწიფოთა საზოგადოებების და/ან პოლიტიკური ისტებლიშმენტების მხრიდან გარე პოლიტიკური ძალების ნარატივების აღქმის ადეკვატურობა. ცალკე პროექტის ფარგლებში, შოთა რუსთაველის ეროვნული სამეცნიერო ფონდის მხარდაჭერით, შევისწავლეთ პროპაგანდის გზით თავს მოხვეული უმძლავრესი ტრიგერის - შიშის ფაქტორის ზემოქმედება მცირე ქვეყნების პოლიტიკაზე და მისი

გავლენა სამიზნე ქვეყნების მოქალაქეებზე. კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მცირე საგრანტო პროგრამამ კი მხარი დაგვიჭირა საქართველოს პოლიტიკური აქტორების ფაქტობრივ ღირებულებათა შესაბამისობის კვლევაში მათ მიერ დეკლარირებულ იდეოლოგიებთან. ვინაიდან კვლევისთვის აუცილებელი კომპონენტი იყო სამიზნე ქვეყნების საზოგადოებების ცნობიერებაში არსებული იმ ჩარჩოების (ე.წ. „ფრეიმების“) ამოცნობა, რომლებიც ინდივიდებს ამა თუ იმ ფაქტის, მოვლენის, მიმდინარე პროცესის ან ტენდენციის მიმართ გარკვეულ მიდგომას უყალიბებდა, საჭირო გახდა იმ ფსიქოლოგიური „ღუზების“ შესწავლა, რომლებიც ამ მიდგომების ფორმირებას უწყობდა ხელს. ჩვენი ამოცანა იყო გამოგვეკვლია ის მექანიზმებიც, რომლებიც კონკრეტული ღუზების გააქტიურების გზით უშუალოდ ზემოქმედებდნენ ინდივიდებზე, რათა მათ გაეკეთებინათ პროპაგანდის დამკვეთთათვის სასურველი შეფასებები ან ემოქმედათ მათთვის ხელსაყრელი ქცევითი პატერნების მიხედვით.

ნაშრომის ძირითადი საკვლევი კითხვები:

✓ რაში მდგომარეობს პროპაგანდის არსი, როგორია მისი მიზნები, გამოყენების ასპექტები, მეთოდები და რა სხვაობაა მის დასავლურ და რუსულ (საბჭოთა) სკოლებს შორის?

✓ რა შეიძლება იყოს გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების ინდიკატორები, ვინ და როგორ შეიძლება მოახდინოს ზეწოლა პატარა ქვეყნებზე და რა შედეგები შეიძლება გამოიწვიოს?

✓ რა როლი აქვს შიშის ფაქტორს პროპაგანდაში და რა ანტიპროპაგანდისტული პოლიტიკით შეიძლება შეამსუბუქონ პატარა ქვეყნებმა გარე აქტორთა სტრატეგიული კომუნიკაციის ნეგატიური შედეგები?

ჩვენი კვლევისთვის აუცილებელი სრულყოფილი სურათის მისაღებად, იმისთვის, რომ დაგვედასტურებინა ან უარგვეყო ჩვენი ჰიპოთეზა, პასუხი უნდა გავვეცა შემდეგ კითხვებზეც:

1. აცნობიერებენ თუ არა მკაფიოდ პატარა ქვეყნებში (საქართველოში /პოლონეთში /რუმინეთში) პოლიტიკური

კომუნიკაციით დაკავებული სუბიექტები მათ მიერ ჩატარებული საარჩევნო/ საინიჯო/ პოლიტიკური პროპაგანდისტული კამპანიების პირდაპირ და ირიბ შედეგებს?

2. იკვეთება თუ არა საქართველოში /პოლონეთში /რუმინეთში სხვადასხვა პოლიტიკურად მოტივირებული აქტორების მიერ წარმოებულ კომუნიკაციაში მეორე დონის სტრატეგიები (რომლებსაც, როგორც წესი, საკომუნიკაციო ტექსტებში გამოყენებული ფრეიმინგი აყალიბებს) და შეიძლება თუ არა დაფიქსირდეს ლოგიკური კავშირი ამ აქტორების კომუნიკაციებში არსებულ მეორე დონის სტრატეგიებს შორის?

პირველ კითხვასთან დაკავშირებით მოველოდით, რომ გამოიკვეთებოდა აქტორების პოლიტიკური სიმწიფე/ უმწიფრობა და მათი ღირებულებები, კერძოდ, გავარკვევდით, ანიჭებენ თუ არა ისინი უპირატეს მნიშვნელობას მიმდინარე პოლიტიკური ამოცანების გადაწყვეტას საზოგადოების მენტალური ჯანმრთელობის და/ან სახელმწიფო ინტერესების საზიანოდ. მეორე კითხვაზე პასუხისგან მოველოდით, რომ მივიღებდით დამატებით ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რამდენად მაღალია ადგილობრივი პოლიტიკური აქტორების როლი გლობალური აქტორების მიერ საკუთარი ინტერესების სასარგებლოდ წარმოებული პროპაგანდის საკუთარი საზოგადოებებისთვის „ჩაწოდებაში“.

ჰიპოთეზა:

პატარა ქვეყნებში პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესზე გარე პროპაგანდისტული ზეწოლები უშუალოდ ზემოქმედებენ, ამიტომ სხვადასხვა გლობალურ და/ან რეგიონალურ აქტორთა ინტერპრეტაციების შიდა პოლიტიკური ძალების მიერ ტირაჟირება პირდაპირ გავლენას ახდენს ამ ქვეყნების სტაბილურობაზე, უსაფრთხოებაზე და/ან საზოგადოების მენტალურ ჯანმრთელობაზე, განსაკუთრებით, შიშის ფაქტორის მიმართ აპელირების შემთხვევაში.

კვლევის საგანი:

კვლევის საგანი იყო მსოფლიოს სხვადასხვა პოლიტიკური აქტორების ინტერესებზე მორგებული პროპაგანდის, როგორც პოლიტიკური ბრძოლის ეფექტური ხერხის, მოქმედების მექანიზმები (მათ შორის - პროპაგანდის გზით თავს მოხვეული შიშის ფაქტორის ზემოქმედება მცირე ქვეყნების პოლიტიკაზე) და მისი გავლენა საქართველოს მოქალაქეებზე. კვლევის საგანი იყო ის ჩარჩოები, ე.წ.

„ფრეიმები“ რომელთა ფარგლებშიც ჩვენს საზოგადოებაში ინდივიდებს უყალიბდებათ გარკვეული მიდგომა ამა თუ იმ ფაქტის, მოვლენის, პროცესის ან ტენდენციის მიმართ და ის ფსიქოლოგიური „ღუზები“, რომლებიც ამ მიდგომების ფორმირებას უწყობს ხელს. შევისწავლეთ ის მექანიზმები, რომლებიც კონკრეტული ღუზების გააქტიურების გზით ზემოქმედებენ ინდივიდებზე, რათა მათ გააკეთონ სასურველი შეფასებები, ან მიმართონ პროპაგანდის დამკვეთისთვის ხელსაყრელ აქტივობებს.

კვლევის ობიექტები:

ა) სამიზნე ქვეყნების მოქალაქე, როგორც პროპაგანდის ობიექტი;
ბ) სამიზნე ქვეყნების მაუწყებელი რეიტინგული მედია, როგორც პროპაგანდის იარაღი;

გ) სამიზნე ქვეყნებში მოქმედი ის აქტორები, რომლებიც შეგვიძლია განვიხილოთ პოლიტიკურად მოტივირებული პროპაგანდისტული კამპანიების დამკვეთებად.

ხაზგასმით აღვნიშნავთ, რომ ჩვენი ამოცანა არ ყოფილა პროპაგანდის შეფასება ეთიკურობის, მორალურობისა და მართებულობის კუთხით. პროპაგანდა განვიხილეთ მხოლოდ როგორც პოლიტიკური ბრძოლის ხერხი და შევისწავლეთ მისი, როგორც იარაღის, მოქმედების პრინციპები, ეფექტურობა და გავლენა საზოგადოებაზე, გამოვკვეთეთ მისი მოქმედების ზოგადი სქემა და საკვანძო, სენსიტიური კომპონენტები, რომელთა მიზანმიმართულმა გამოყენებამაც შესაძლოა საფრთხე შეუქმნას როგორც ქვეყნის სახელმწიფოებრივ ინტერესებს, ისე საზოგადოების მენტალურ ჯანმრთელობასაც.

ნაშრომის მეცნიერული სიახლე:

საქართველოში დღემდე ჩატარებული უამრავი კვლევის მიზანი იყო არსებული გამოცდილების შესწავლა და სისტემატიზაცია, თუმცა არცერთი მათგანი არ ისახავდა მიზნად იმ „ღუზების“ (და/ან ტრიგერების) იდენტიფიცირებას, რომლებიც მსოფლიოს/ რეგიონის მძლავრი პოლიტიკური აქტორების მიერ ინერგება მოქალაქეთა ცნობიერებაში და რომელთა გამოყენებითაც იოლდება ამ აქტორების ინტერესების ლობირება. ამდენად, ნაშრომის მეცნიერული სიახლე მდგომარეობს სწორედ იმ სქემის შემუშავებაში, რომლის გამოყენებითაც შესაძლებელი იქნება გამოვლინდეს, თუ რომელი „ღუზების“ მიმართ არის საზოგადოების ესა თუ ის ფენა განსაკუთრებით სენსიტიური და რომელი აქტორები ზემოქმედებენ მათზე მეგობრული ან მავნე პროპაგანდით. ასევე, ნაშრომის მეცნიერულ სიახლედ შეიძლება ჩაითვალოს კვლევის ჩვენს მიერ შემუშავებული სქემა, რომელიც რელევანტური იქნება ახალი დემოკრატიების ქვეყნებში პოლიტიკურ პროცესებზე გლობალური აქტორების პროპაგანდის როგორც პოზიტიური, ისე ნეგატიური გავლენის პერმანენტული მონიტორინგისთვის.

ნაშრომის თეორიული ჩარჩო:

კვლევის პროცესში დავეყრდენით პოლიტიკის, მედიის, კომუნიკაციის და პროპაგანდის შესწავლის კლასიკურ, ტრადიციულ თეორიულ ბაზას - დღის წესრიგის (agenda setting) თეორიასა და ფრეიმინგის (framing) კონცეფციას, ხოლო გარე აქტორთა ინტერესების ასაწონად კვლევაში გამოყენებულია პოლიტიკის შესწავლის ახლა უკვე კლასიკურ ინსტრუმენტად ქცეული თეორიული ბაზა - თამაშის (game) თეორია.

დღის წესრიგის თეორიის¹ თანახმად, მედია საზოგადოებაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს უშუალოდ იმ თემების

¹ Dearing, J; Rogers, E "Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?". Communication Yearbook. 11: 555-594, 1988.

შერჩევით, რომლებსაც აშუქებს. მის თანახმად, ახალი ამბები - ეს მხოლოდ რეალობის ასახვა კი არა, მომხმარებლისთვის სოციალურად სტრუქტურირებული, რედაქტირებული რეალობის მიწოდებაა, რასაც მედია ახორციელებს ინფორმაციის დამუშავების პროცესის ყველა იმ მონაწილის ხელით, ვინც მოვლენასა და ახალი ამბების მომხმარებელს შორის დგას. თეორიის ფარგლებში, მკვლევარები როჯერსი და დირინგი სამი ტიპის დღის წესრიგს გამოყოფენ: საზოგადოებრივს, მედიისა და სტრატეგიულს (გავლენიანი პოლიტიკური ძალების)². შესაბამისად, იმის შესასწავლად, თუ კონკრეტულად რომელ საკითხებს ახვევს (ან ახვევდა გარკვეული პერიოდის განმავლობაში) მედია თავს საზოგადოებას, მედიის, საზოგადოებისა და პოლიტიკური აქტორების დღის წესრიგების თვისებრივი და კონტენტ-ანალიზი გახდა საჭირო, ხოლო პროპაგანდის ეფექტიანობის გასაზომად - კამპანიებში ჩართული მედიის სამიზნე აუდიტორიების რაოდენობრივი ანალიზი.

ფრეიმინგის კონცეფცია³ (ე.წ. „ჩარჩოების დაწესება“, მე-20 საუკუნის 80-იანი წლებიდან აღიქმება, როგორც ერთგვარი „მედიაშეფუთვა“), ირვინგ გოფმანის⁴ თანახმად, იმაში მდგომარეობს, რომ თუკი ინდივიდი ცნობს გარკვეულ მოვლენას, მისი რეაქცია უმეტეს შემთხვევაში შემოიფარგლება ე.წ. „პირველადი ჩარჩოებით“ (primary frameworks), ან ინტერპრეტაციის იმ მზა სქემებით, რომლებიც მის გამოცდილებაზეა დაფუძნებული. ენთმანის განსაზღვრებით, ფრეიმინგი გულისხმობს რეალობის კონკრეტული ასპექტების შერჩევას და მათ გამოკვეთას საკომუნიკაციო ტექსტში, რაც ტექსტის ადრესატს

² ng, J; Rogers, E "Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?". *Communication Yearbook*. 11: 555-594, 1988.

³ Entman, R. M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. 1993.

⁴ Goffman, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. London: Harper and Row. 1974.

პრობლემის, მისი გამოძწვევი მიზეზების, მორალური შეფასებისა და მისი შესაძლო გადაწყვეტის გზის წინასწარ შერჩეულ ინტერპრეტაციას ახვევს თავს. ენთიმანმა ტერმინი „ჩარჩოები“ (ფრეიმები) ახსნა, როგორც ინფორმაციის დამუშავების სქემები, რომლებიც აძლიერებენ მოვლენათა სპეციფიურ აღქმასა და გაგებას. მისი განმარტებით, ახალი ამბების ფრეიმები აღმოცენდება და ხორცს ისხამს იმ საკვანძო სიტყვებითა და ვიზუალური ხატებით, რომლებიც ხაზგასმულია ახალი ამბების ტექსტებში. ფრეიმების ეს კომპონენტები ხშირად ემთხვევა საზოგადოებაში დამკვიდრებულ დისკურსს და გარკვეული მოვლენის შესახებ აყალიბებს აზროვნების ისეთ ფორმას, რომელიც აუდიტორიისთვის წინა გამოცდილებიდან უკვე ცნობილია. ჰოფმანის ვარაუდით, ამ თუ იმ სოციალური ჯგუფის ყველა პირველადი „ჩარჩო“ ჯგუფის კულტურის ცენტრალური ელემენტია. როგორც მოგვიანებით ჩატარებულმა პროპაგანდის კვლევებმა ცხადყო, არსებობს შესაძლებლობა, ეს ელემენტი ჯგუფის ცნობიერებაში მიზანმიმართულად ჩაინერგოს. შესაბამისად, იმის შესწავლა, მიმართავს თუ არა ესა თუ ის მედიასაშუალება ფრეიმინგს, ფრეიმ-ანალიზის მეთოდით არის შესაძლებელი. ამ მეთოდით შეიძლება დადგინდეს, თუ კონკრეტულად რა სახის „ფრეიმების“ გააქტიურებით რა სახის რეაქციებზეა გათვლილი კამპანია. ეს მეთოდი ხელსაყრელია იმის გასარკვევად, თუ რა ინტერპრეტაციას სთავაზობს მედიაკამპანიის დამკვეთი საზოგადოებას ამა თუ იმ საკითხთან დაკავშირებით. თავის მხრივ, ფრეიმ-ანალიზის მეთოდი მოიცავს სამეცნიერო კვლევის მეთოდების კომპლექსს და სწავლობს ფრეიმინგს ორი ტიპის ინსტრუმენტებით - ლოგიკური და ფრეიმინგის ხელსაწყოებით, რომლებიც მოიცავს კონტენტ-ანალიზს, ისტორიულ, რაოდენობრივ და თვისებრივ ანალიზს. „თამაშის თეორიის“⁵ - ოპტიმალური სტრატეგიების

⁵ Downs, Anthony (1957). An Economic Theory of Political Action of Democracy, The University of Chicago Press, Vol. 65, No. 2 (Apr., 1957).

შესწავლის მათემატიკური მეთოდის თანახმად⁶, „თამაშად“ აღიქმება პროცესი, რომელშიც მონაწილეობს ისინი საკუთარი ინტერესების რეალიზაციისთვის მებრძოლი ორი ან ორზე მეტი მხარე. თითოეული მათგანი მიიღტვის საკუთარი მიზნისკენ და იყენებს გარკვეულ სტრატეგიას, რომელსაც შეუძლია მისი მიყვანა მოგებამდე ან წაგებამდე - შედეგი დამოკიდებულია სხვა მოთამაშეთა ქცევაზე. ეს თეორია საუკეთესო სტრატეგიის შერჩევის ინსტრუმენტია თუ არსებობს ინფორმაცია თამაშის სხვა მონაწილეების, მათი რესურსების და სავარაუდო მოქმედებების შესახებ. იმ შემთხვევაში, თუ სტრატეგია გაურკვეველი მოცემულობების პირობებში იგეგმება, გამოყენებადია პასკალის გადაწყვეტილების მიღების თეორია, რომელიც მიერ „მოსალოდნელ ფასეულობაზე“ დაყრდნობით გადაწყვეტილების მიღებისთვის საჭრო ოპტიმალურ სტრატეგიას აღწერს. ბუნებრივია, ამ თეორიებზე აგებული მეთოდებით შესაძლებელი ხდება პოლიტიკის როგორც ბივარიაციული, ისე მულტივარიაციული ანალიზიც.

კვლევის მეთოდები: ნაშრომში გამოყენებულია მეცნიერული კვლევის შემდეგი მეთოდები:

- ა) მონაცემთა შესაგროვებლად: ინტერვიუ; ჩაღრმავებული ინტერვიუ; ანკეტირება;
- ბ) მონაცემთა ანალიზისთვის: კონტენტ-ანალიზი, ისტორიული ანალიზი, რაოდენობრივი ანალიზი, თვისებრივი ანალიზი;
- გ) მეორადი ანალიზისთვის: პროპორციული ანალიზი, ბივარიაციული ანალიზი, მულტივარიაციული ანალიზი.

კონკრეტულად, პროპაგანდის ცნობილ მეთოდებთან თანხვედრის კრიტერიუმით, გამოვყავით ქართულ პოლიტიკაში პროპაგანდის გამოყენების ასპექტები:

⁶ Von Neumann, John; Morgenstern, Oskar. *Theory of Games and Economic Behavior*. Princeton University Press (2004). 60th Anniversary Commemorative Edition. 1944.

ა) საშინაო პოლიტიკის კუთხით - პროპაგანდის როლი სახელმწიფოში მოქალაქეობრივი ცნობიერების ფორმირებაში;

ბ) საგარეო პოლიტიკის კუთხით - პროპაგანდის როლი ქვეყნის საგარეო ინტერესების რეალიზაციის პროცესში;

გ) უსაფრთხოების საერთაშორისო ფორმატებში ჩართულობის უზრუნველყოფის კუთხით.

ისტორიული ანალიზის მეთოდით მოვიკვლიეთ ამ მეთოდებით ჩატარებული მედიაკამპანიების შემდეგ დამგდარი შედეგები, რომლებიც გავანალიზეთ რაოდენობრივად და დავახარისხეთ. ხარისხობრივი მაჩვენებლების დასადგენად ყურადღებას დავუთმეთ პროპაგანდის წილს:

ა) გრძელვადიანი მიზნების რეალიზაციაში (იდეოლოგიის ფორმირება/ექსპანსია);

ბ) საშუალოვადიანი ამოცანების რეალიზაციაში (საიმიჯო/საარჩევნო კამპანიები);

გ) მოკლევადიანი პროექტების რეალიზაციაში (ისტებლიშმენტის კონკრეტული გადაწყვეტილებების პოზიციონირება).

პროპაგანდის შედეგიანობის გასაზომად გამოვიყენეთ ისტორიული და კონტენტ-ანალიზის მეთოდები და გამოვყავით შედეგიანობის შემდეგი ინდიკატორები:

ა) კომპლექსური შედეგი (პირდაპირი და ირიბი შედეგები);

ბ) პირდაპირი შედეგი;

გ) ირიბი შედეგი/შედეგები;

დ) ნაწილობრივ არასასურველი შედეგი;

ე) აბსოლუტურად არასასურველი შედეგი.

კონტენტ-ანალიზის გამოყენებით ედიისა და პოლიტიკური აქტორების საკომუნიკაციო ტექსტებში გამოვყავით კონკრეტული შეკვეთა-რეაქციები, ფრეიმ-ანალიზის (თვისებრივი, შედარებითი და კონტენტ-ანალიზი) გამოყენებით კი გავანალიზეთ პროპაგანდის ნარატივებისა და სენსიტიური „ჩარჩოების“ ურთიერთქმედება.

კვლევისთვის აუცილებელი მონაცემების მისაღებად დაგვჭირდა ღია წყაროების, ადრე განხორციელებული კვლევების და ფოკუს-ჯგუფების შესწავლა. ჩვენს შემთხვევაში, გამოვიკვლიეთ სამი ფოკუს-ჯგუფი, საიდანაც პირველი ჯგუფი შედგა მძლავრი პოლიტიკური აქტორების ლიდერებისგან (თავად ლიდერები, თავმჯდომარეები, სპიკერები და, ზოგადად, სხვა პასუხისმგებელი პირები) მეორე - სხვა აქტორების (არასამთავრობო სექტორის, ბიზნესის, კულტურის, სპორტის) წარმომადგენლებისგან, ხოლო მესამე - რიგითი მოქალაქეებისგან. მესამე ფოკუს-ჯგუფის წევრთა ოდენობა პირველი და მეორე ფოკუს-ჯგუფების ჯამური ოდენობის მიხედვით განვსაზღვრეთ, რამაც მოგვცა საშუალება მონაცემთა მეორადი ანალიზის ეტაპზე გამოგვეყენებინა პროპორციული, ბივარიაციული და მულტივარიაციული ანალიზის მეთოდები.

ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა: ნაშრომის პირველი ნაწილი, სადაც მიმოხილულია პოლიტიკური კომუნიკაციის უახლესი თეორიული კვლევები, შესაძლოა საინტერესო აღმოჩნდეს სოციალური მეცნიერებების შემსწავლელი სტუდენტებისთვის. საჯარო პოლიტიკის ყველა იმ სუბიექტისთვის კი, რომელთა უშუალო ფუნქციაც პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღებას, პოპულარიზაციასა და რეალიზებას უკავშირდება, პრაქტიკული თვალსაზრისით საინტერესო იქნება ნაშრომის მეორე - ემპირიული კვლევების ნაწილი, სადაც შევეცდებით დეტალურად გავშალოთ ის საკომუნიკაციო სქემები, რომელთა გამოყენებითაც სამიზნე ქვეყნებში მედია და პოლიტიკური აქტორები კონკრეტული მიდგომების ადვოკატირებას ან დისკრედიტებას ეწევიან.

სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა: მსოფლიოს მასშტაბით, პროპაგანდას და მედიაკამპანიებს მეცნიერულად საუკუნეებია, რაც იკვლევენ. შესაბამისად,

დაგროვილია კვლევის მდიდარი გამოცდილება. კომუნიკაციის სფეროში მედიისა და პოლიტიკური აქტორების როლისა და ზემოქმედების მექანიზმების შესწავლა ინტენსიურად მიმდინარეობს თანამედროვე მსოფლიოშიც - ამერიკის შეერთებული შტატების, ევროპის, რუსეთის ფედერაციის, ახლო აღმოსავლეთისა თუ აზიის ქვეყნების სამეცნიერო-სასწავლო დაწესებულებებში.

თეორიული ასპექტების შესწავლისას განსაკუთრებული ყურადღება მიიპყრო თეორეტიკოსების: ამერიკელი სოციალური ფსიქოლოგის, სოციოლოგისა და მწერლის ირვინგ გოფმანის^{7 8}, ამერიკელი ჟურნალისტის და მედიის თეორეტიკოსის, ჯორჯ ვაშინგტონის უნივერსიტეტის პროფესორის რობერტ მეთიუ ენტმენის^{9 10 11 12}, ამერიკელი სოციოლოგის, კონექტიკუტის უნივერსიტეტის ემერიტუს პროფესორის გაი თუჩმენის¹³, უკრაინული წარმოშობის კომუნიკაციების ტექნოლოგიებისა და სტრატეგიის საკითხების, საინფორმაციო ომებისა და მარკეტინგის სპეციალისტის გიორგი პოჩეპცოვის^{14 15}, ამერიკული

⁷ Goffman, E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. London: Harper and Row. 1974. [ბიბლიოგრაფია: 24]

⁸ Goffman, E. The Presentation of Self in Everyday Life, University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre. 1959. [ბიბლიოგრაფია: 25]

⁹ Entman, R. M., Matthes, J., Pellicano, L. Nature, Sources, and Effects of News Framing. The handbook of journalism studies, edited by K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch, (pp. 175-190). New York, Routledge. 2009.

¹⁰ Entman, R. M. Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy. Chicago, University of Chicago Press 2004.

¹¹ Entman, R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Journal of Communication, 43(4), pp. 51-58 1993.

¹² Entman, R. M. Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. Political Communication, 20, pp. 415-432 2003.

¹³ Tuchman, G. Making News: A Study in the Construction of Reality. Free Press, 1978.

¹⁴ Почепцов, Г. Г. Информационные Войны. Киев 2000.

წარმოშობის პოლიტოლოგის ჰოლი სემეტკოსა და გასული საუკუნის დასაწყისის პროპაგანდისა და საინფორმაციო ომების ამერიკელი თეორეტიკოსის ჰაროლდ დუაიტ ლასუელის¹⁵ კვლევებმა პროპაგანდის, ფრეიმინგის, დღის წესრიგებისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის თაობაზე.

ინფორმაციულ ომებში პროპაგანდისტული მდგენელის პრაქტიკული გამოყენების საკითხზე უფრო განვრცობილი წარმოდგენა შექმნა ამერიკელი მწერლის, პოლიტიკის მეცნიერებათა დოქტორის, პროფესორ პოლ მირონ ენტონი ლაინბარჯერის¹⁷ წიგნმა “ფსიქოლოგიური ომი”.

არანაკლებ სასარგებლო და საინტერესო ლიტერატურა მოიპოვება რუსულ წყაროებში. კერძოდ, რუს ისტორიკოსს, ქიმიკოსს, პოლიტოლოგსა და სოციოლოგს, პროფესორ სერგეი კარა-მურზას თავის წიგნში¹⁸ „ცნობიერებით მანიპულაცია“ დეტალურად აქვს განხილული საზოგადოებრივი ინსტიტუციებისა და მედიის როლი მანიპულაციური სემანტიკისა და რიტორიკის ფორმირებაში. სტრატეგიული კომუნიკაციის წარმოებისა და სტრატეგიული მართვის ძირითად პრინციპებს უთმობს ყურადღებას მორიგი რუსი მეცნიერი, ფილოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი ნინა სტარინი¹⁹ თავის ნაშრომში „სტრატეგიული კომუნიკაციები: პროექტორების საბაზისო პრინციპები“.

აქვე უნდა ითქვას, რომ მეოცე საუკუნეში დასავლეთის თეორეტიკოსი მკვლევრების მიერ პოლიტიკური თემატიკის ამა თუ იმ საკითხის შესწავლის შედეგად აღმოჩენილი მიგნებებისა და მეცნიერული სიახლეების შესახებ

¹⁵ Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации. Киев 2014.

¹⁶ Lasswell, H. D. *The Strategy of Soviet Propaganda*, Proceedings of the Academy of Political Science, Vol. 24, No. 2, The Defense of the Free World, pp. 66-78. 1951.

¹⁷ Linebarger, P. M.A., *Psychological Warfare*. 1954.

¹⁸ Кара-Мурза, С. Г. *Манипуляция Сознанием*. 2000.

¹⁹ Старых, Н.В. *Стратегические Коммуникации: Базовые Принципы Проектирования*. 2013.

ინფორმაცია საქართველომდე ან საერთოდ არ აღწევდა, ან, საბჭოთა ცენზურის წყალობით, საერთოდ იბლოკებოდა. მეოცე საუკუნის ბოლოს საქართველო გაიხსნა დანარჩენი მსოფლიოს მიერ სოციალურ მეცნიერებებში მიგნებული სიახლეებისთვის, მაგრამ ენობრივი ბარიერის გამო ახალი სამეცნიერო ლიტერატურა ყველასთვის ხელმისაწვდომი არ აღმოჩნდა: გასული საუკუნის მიწურულს და 21-ე საუკუნის დასაწყისში მკვლევართა დიდი ნაწილი უცხოელი კოლეგების ახალ მიგნებათა შესახებ ინფორმაციას ძირითადად რუსულ ენაზე იღებდა. ჯერ კიდევ საუკუნის დასაწყისში, ინგლისურენოვანი მკვლევრების სიმცირის გამო, ქართულად სამეცნიერო ლიტერატურის მხოლოდ მცირე ნაწილი ითარგმნებოდა.

დღეს, ციფრული კომუნიკაციების ეპოქაში, პოლიტიკის, მედიისა და კომუნიკაციის თეორეტიკოსების შრომები იოლად არის ხელმისაწვდომი ინტერნეტ-ბიბლიოთეკებსა და სხვადასხვა თემატურ ვებპორტალებზე. თუმცა, ეს ლიტერატურა ძირითადად ინგლისურ და რუსულ ენებზე მოიპოვება, ქართული რესურსები კი მაინც საკმაოდ მწირია. ხელმისაწვდომი ლიტერატურის ძიებაში თვალშისაცემი იყო, რომ უცხოელი თეორეტიკოსების ქართულ ენაზე თარგმნილ ნაშრომთაგან უმეტესი წილი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროზე მოდიოდა, ხოლო პროპაგანდისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის თანამედროვე ქართული თეორიული სახელმძღვანელო საერთოდ არ არსებობდა.

პროპაგანდისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის პროცესის, კომუნიკაციის მექანიზმების, მისი არხებისა და მოქმედების პრინციპების თეორიული შესწავლის მხრივ საქართველოში საგრძნობი გააქტიურება 21-ე საუკუნის პირველი ათწლეულიდანვე შეინიშნებოდა. ჩატარდა ღია კვლევები საზოგადოებაზე პროპაგანდის გავლენის შესასწავლად, 2012 წლიდან კი ქართველმა მკვლევრებმა საქართველოში პოლიტიკის ადვოკატირების გამოცდილება შეისწავლეს. მათ საქართველოში მოქმედი არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ პოლიტიკის ადვოკატირების 8 შემთხვევა გააანალიზეს

და დაასკვნეს, რომ „საჯარო პოლიტიკის ადვოკატირების პროცესი შეიძლება არაპროგნოზირებადი იყოს, ვინაიდან არსებობს მრავალი ხელისშემშლელი ფაქტორი, რომელიც პოლიტიკის სუბსისტემის უფრო ფართო პოლიტიკური, სოციალური და ეკონომიკური სირთულეებიდან გამომდინარეობს და მათი გათვალისწინება სასურველი პოლიტიკური შედეგების განსაზღვრისას აუცილებელია“²⁰. 2016 წელს ორგანიზაციამ „ევროპული ინიციატივა – ლიბერალური აკადემია თბილისი“ ამერიკის შეერთებული შტატების „ჯერმან მარშალის ფონდის“ (GMF) მხარდაჭერით განახორციელა (EI-LAT) პროექტი „რუსეთის ხისტი და რბილი ძალის საფრთხეები საქართველოში“.²¹ ამ პროექტის ფარგლებში, მკვლევრებმა შეისწავლეს და გააანალიზეს რუსული პროპაგანდის გავლენა ქართულ მედიაზე. კერძოდ, მათი ყურადღება მიიქცია ქართული მედიის რუსეთიდან დაფინანსების საკითხმა. საბოლოოდ, პროექტის ფარგლებში ვითარების შესწავლის შედეგად, მკვლევრებმა პროორუსულ დისკურსში კრემლის მიერ დაფინანსებული პოლიტიკური პარტიებისა და საზოგადოებრივი ორგანიზაციების მონაწილეობის შემთხვევები დააფიქსირეს.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა:

ნაშრომი 183-გვერდიანია და შედგება შესავლის, 3 თავის, 9 ქვეთავის, დასკვნის, ბიბლიოგრაფიისა (171 დასახელების სამეცნიერო, ოფიციალური და დამხმარე ლიტერატურა) და დანართებისგან.

²⁰ CENAA, *Information Warfare as a Geopolitical Tool* 2017.

²¹ ტულუში, ლ., გაგუა, მ., ლვედაშვილი, გ., ლაფაჩი, ნ., ლაღანიძე, გ., ძეგისაშვილი, გ., მუჩაიძე, გ., გერამე, ლ., სიხარულიძე, დ. „რუსეთის ხისტი და რბილი ძალის საფრთხეები საქართველოში“, © EI-LAT 2016 “ევროპული ინიციატივა – ლიბერალური აკადემია თბილისი”. 2016,

ნაშრომის ძირითადი შინაარსი:

თავი I. პროპაგანდის სკოლები, მეთოდები და გამოყენების ასპექტები: პრაქტიკული თვალსაზრისით, გამოყავით პროპაგანდის გამოყენების ასპექტები შემდეგი მიმართულებებით:

ა) საშინაო პოლიტიკის კუთხით - პროპაგანდის როლი სახელმწიფოში მოქალაქეობრივი ცნობიერების ფორმირებაში;

ბ) საგარეო პოლიტიკის კუთხით - პროპაგანდის როლი ქვეყნის საგარეო ინტერესების რეალიზაციის პროცესში;

გ) საერთაშორისო უსაფრთხოების უზრუნველყოფის კუთხით - პროპაგანდის როლი საერთაშორისო უსაფრთხოების სისტემის ფუნქციონირებაში.

ასევე, გამოყავით პროპაგანდის გამოყენების ასპექტები მიზნების მიხედვით:

ა) გრძელვადიანი მიზნების რეალიზაცია (იდეოლოგიის ფორმირება/ექაპანსია);

ბ) საშუალოვადიანი ამოცანების რეალიზაცია (საიმეჯო/საარჩევნო კამპანიები);

გ) მოკლევადიანი პროექტების რეალიზაცია (ისტებლიშმენტის კონკრეტული გადაწყვეტილებების პოზიციონირება, საზოგადოებრივი მღელვარების ინსპირირება).

აღვნიშნეთ, რომ გრძელვადიანი მიზნების სარეალიზაციოდ გათვლილი იდეალური პროპაგანდისტული სტრატეგიის შერჩევისა და მისი ფონურ რეჟიმში პერმანენტული წარმოების პირობებში, შესაძლებელია საზოგადოებრივ აზრზე იმდენად მძლავრი გავლენის მოპოვება, რომლის არსებობაც გააიაფებს საშუალო და მოკლევადიანი პროპაგანდისტული კამპანიების წარმოებას და საჭიროების შემთხვევაში მხოლოდ საჭირო ღუხების კომბინაციების გააქტიურებით მიაღწევს დასახულ მიზანს.

1.1 პროპაგანდის არსი, მისი მიზნები, გამოყენების თეორიული ასპექტები და მეთოდები. დავასაბუთეთ, რომ პროპაგანდა წარმოდგენილია ყველგან, სადაც არსებობს მოსაზრება და მისი ინტერპრეტირების შესაძლებლობა, ანუ, კომუნიკაცია. განვმარტეთ, რომ პროპაგანდა პოლიტიკური ბრძოლის უტყუარი იარაღია - მისი სათანადო გამოყენების შემთხვევაში პოლიტიკურ აქტორთა მიზნების რეალიზაცია შესაძლებელია როგორც სამხედრო დაპირისპირების დროს, ისე მშვიდობიან პერიოდში. მიზანმიმართული პროპაგანდის მეშვეობით შეიძლება სამიზნე სოციალური ჯგუფების პრეფერენციების გადაფორმატება, მათი მობილიზება კონკრეტული მოქმედების მიზნით ან სრული დეზორიენტირება.

დავადგინეთ პროპაგანდის ჩვენთვის მისაღები დეფინიცია, რომ პროპაგანდა არის ფაქტის, შეხედულების, არგუმენტის, იდეის ან ღირებულების, მათ შორის - წინასწარგანზრახულად დამახინჯებული ინფორმაციის პროპაგანდისტისთვის ხელსაყრელი ინტერპრეტაცია, რომელიც აყალიბებს საზოგადოებრივ აზრს და შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას საზოგადოების შეცდომაში შესაყვანად.

დავასკვნით, რომ პროპაგანდის მიზანია პროპაგანდის ობიექტისთვის საინფორმაციო და, შესაბამისად, ფსიქოლოგიური უპირატესობის მოპოვება, რათა შესაძლებელი გახდეს:

- ა) ალტერნატიული, პროპაგანდისტისთვის სასარგებლო რეალობისთვის საკმარისი დამაჯერებლობის შექმნა საიმისოდ, რომ ის სინამდვილედ გასაღდეს.
- ბ) პროპაგანდისტისთვის ხელისშემშლელი, რეალურად არსებული ფაქტის/მოვლენის/გარემოების გამოგონილად/არარეალურად გასაღება.
- გ) პროპაგანდისტისთვის სასარგებლო იდეების საერთო-სახალხო იდეებად ქცევა.

1.2 პროპაგანდის დასავლური, აშშ-სა და რუსული (საბჭოთა) სკოლები. ვისაუბრეთ პროპაგანდის დასავლური და რუსული (საბჭოთა) სკოლების შესახებ, გამოვყავით ის თავისებურებები, რომლებიც გლობალური პოლიტიკის ამ ორი სიმძიმის ცენტრის პროპაგანდას ახასიათებს. დავადგინეთ როგორც საერთო, ისე განმასხვავებელი ნიშნები და მიმოვიხილეთ როგორც ამ სხვაობის მიზეზები, ისე - შედეგები, რომლებიც დღეს საერთაშორისო საინფორმაციო ველში თვალსაჩინოდ იკვეთება.

დავასკვნით, რომ ორივე აქტორის შემთხვევაში, პროპაგანდის მიზანია პროპაგანდის ობიექტისთვის საინფორმაციო და, შესაბამისად, ფსიქოლოგიური უპირატესობის მოპოვება, რათა შესაძლებელი გახდეს:

ა) ალტერნატიული, პროპაგანდისტისთვის სასარგებლო რეალობისთვის საკმარისი დამაჯერებლობის შექმნა, რომ ის სინამდვილედ გასაღდეს.

ბ) პროპაგანდისტისთვის ხელისშემშლელი, რეალურად არსებული ფაქტის/მოვლენის/გარემოების გამოგონილად/არარეალურად გასაღება.

გ) პროპაგანდისტისთვის სასარგებლო იდეების საერთო-სახალხო იდეებად ქცევა.

აღვნიშნეთ, რომ ზემოთქმული მიზნის მისაღწევად, პროპაგანდისტმა უნდა შეძლოს პიროვნებებით მანიპულაცია, რაც გულისხმობს საზოგადოების იძულებას, მოიქცეს პროპაგანდისტის სასარგებლოდ, რისთვისაც საჭიროა პიროვნების რეალური ღირებულებების განქიქება/თავს მოხვევა/ჩანაცვლება დღის წესრიგით ოპერირების, ფრეიმინგის და გამიზნული ფალსიფიკაციის გზით.

ისტორიულ რაკურსში მიმოვიხილეთ ორივე აქტორის თვალსაჩინო პროპაგანდისტული საქმიანობის მაგალითები, მათ შორის, განსაკუთრებული ყურადღება დავუთმეთ კინოპროპაგანდას. შევადგინეთ პროპაგანდის მანქანების ფუნქციური სქემები და მოვიყვანეთ თანამედროვე პოლიტიკურ პროცესებში მათი ჩარევის მაგალითები.

1.3 პროპაგანდის პრაქტიკული გამოყენების შესაძლებლობები მედიასივრცეში. ფრეიმ-ანალიზის გამოყენებით გავანალიზეთ ის სენსიტიური „ჩარჩოები“, რომელთა აქტივაციის გზითაც მედია წარმატებით ახერხებს გარკვეული სოციალური ჯგუფების გააქტიურებას საქართველოში. კონტენტ-ანალიზის გამოყენებით კი შევეცადეთ გამოგვეყო კონკრეტული შეკვეთა-რეაქციები. წარმოვადგინეთ ცნობილი მეთოდები პროპაგანდის არსენალიდან და მივუსადაგეთ ქართულ მედიასივრცეში შექმნილი რეალობას. გამოიკვეთა, რომ ქვეყნის მედიასივრცეში „ინტერპრეტაციათა (ე.წ. „ფრეიმების“) ჭიდილი“ იდეოლოგიურ ჭრილში მიმდინარეობს, სადაც 2018 წლამდე ორ მსხვილ დასავლური ორიენტაციის მქონე პოლიტიკურ მოთამაშეს - „ქართულ ოცნებასა“ და „ნაციონალურ მოძრაობას“ მესამე, შედარებით მცირეწონიანი ძალა - „პატრიოტთა ალიანსი“ აბალანსებდა (რომლის ნარატივებიც რიგ ასპექტებში ძალაუნებურად ემთხვეოდა კრემლის ნარატივებს), 2020 წლდან კი ვითარება თანდათანობით შეიცვალა და, ძირითადი ოპოზიციური სპექტრის მიერ დეკლარირებული მკვეთრად დასავლური ორიენტაციის საპირწონედ, 2024 წლისთვის ქვეყნის სათავეში მყოფი „ქართული ოცნების“ ნარატივებმა, ნებსით თუ უნებლიედ, ამჟამად კრემლისთვის იდეოლოგიურად სასარგებლო ფრეიმი გააძლიერა.

ყურადღება დავუთმეთ ინტერპრეტაციათა ჭიდილის ფარგლებში ტირაჟირებული ნარატივების ანალიზს. გამოვყავით ნარატივები, რომლებიც შიშის ფაქტორის აქტივაციას ან ნიველირებას იწვევს. ცალკე გავანალიზეთ ის ნარატივები, რომლებიც ირაციონალური შიშების გააქტიურებისკენ იყო მიმართული. ამავე კონტექსტში, მიმოვიხილეთ კოვიდ-პანდემიის თანმდევი პროპაგანდა, რომელსაც ოფიციალური აწარმოებდა და კონტროპროპაგანდა, რომელსაც მედია საზოგადოებრივ დღის წესრიგს უთმობდა, რითაც ანტივაქსერული განწყობების აგრეგაციას უწყობდა ხელს.

თავი II. გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების ინდიკატორები და კონფლიქტი არსებულ ღირებულებებთან: გარემოში, სადაც საინფორმაციო ნაკადები მეტწილად ჰიბრიდული შემოტევის პირობებში ფორმირდება და მედიის დღის წესრიგი ინტერპრეტაციათა გამძაფრებულ ჭიდილში ყალიბდება, გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების იდენტიფიცირება ქვეყნის უსაფრთხოების მნიშვნელოვან გამოწვევად იქცევა. ამ ვითარებაში აუცილებლად მივიჩნით იმ ინდიკატორების გამოკვეთა, რომელთა ერთობლიობაც ერთი შეხედვით ნეიტრალური საინფორმაციო შენიშვნის მიღმა კონკრეტული აქტორის, აქტორთა ჯგუფის ან დაინტერესებული მხარის ინტერესებს დაგვანახებს. იმისთვის, რომ აგვეწონა ძირითადი აქტორების გავლენა და, შესაბამისად, დაგვედგინა მათ შორის არსებული წინააღმდეგობრიობით გამოწვეული „ინტერპრეტაციათა ჭიდილის“ სიმძაფრე, ჯერ ამ აქტორების იდენტიფიცირება დაგვჭირდა, შემდეგ - მათი მიზნებისა და რესურსების გამოკვეთა, რის შემდეგაც მოგვეცა საშუალება პოლიტიკის ანალიზში გამოყენებადი ინსტრუმენტის - თამაშის თეორიისთვის მიგვემართა.

2.1 გლობალური სიმძიმის ცენტრები და მათი პროპაგანდის წილი თანამედროვე მედიასივრცეში: პოლიტიკური აქტორების პროპაგანდის წილის გასაზომად, ანუ, ასე ვთქვათ, პოლიტიკურ აქტორთა „ასაწონად“, პირობითად, ჩვენს ნაშრომში სახელმწიფოები 5 ტიპად დავყავით:

1. სუსტად განვითარებული ან ბუნებრივად იზოლირებული;
2. საკმაოდ განვითარებული და სხვა სახელმწიფოებთან საერთო საზღვრების მქონე;
3. ძლიერად განვითარებული;
4. რეგიონული ლიდერი;
5. გლობალური სიმძიმის ცენტრი.

რასაკვირველია, ეს დაყოფა პირობითია, ვინაიდან მოცემული რანჟირების თანახმად, კუნძულოვანი და, აქედან გამომდინარე, ბუნებრივად იზოლირებული ბრიტანეთი პირველ კატეგორიაშიც ექცევა და მეხუთეშიც - ის ხომ ამავდროულად გლობალური პოლიტიკის ერთ-ერთი

მნიშვნელოვანი მოთამაშე და, შესაბამისად, ანგარიშგასაწევი სიმძიმის ცენტრიცაა. ავსტრალია, მაგალითად, ერთდროულად პირველი კატეგორიაცაა და მეოთხეც. აღწერეთ თითოეული კატეგორიის სახელმწიფოსთვის მახასიათებელი პროპაგანდისტული მატრიცები, რომელთა მიხედვითაც საერთაშორისო მედიასურათში მათი ინტერესების თანმხვედრი ნარატივების ამოცნობა ხდება შესაძლებელი.

ჩვენ შემთხვევაში, გლობალური პოლიტიკის სიმძიმის ცენტრებად მხოლოდ ორი მოთამაშე - აშშ და რუსეთის ფედერაცია განვიხილეთ. რასაკვირველია, ესეც პირობითია, ვინაიდან, ერთი შეხედვით, ყურადღების მიღმა დარჩა მესამე მოთამაშის - ჩინეთის და, ასევე, ანგარიშგასაწევი ძალის - ევროკავშირის ფაქტორი. თუმცა, დღევანდელ რეალობაში გასათვალისწინებელია, რომ ჩინეთისა და ევროკავშირის მიერ აშშ-სა და რფ-ის პროპაგანდისტული ნაკადები და ამ ნაკადებს შორის აღმოცენებული „ფრეიმების ჭიდილი“ საფრთხედ საკმაოდ ხშირად აღიქმება. ამის შესახებ ღიად საუბრობენ ევროკავშირში, ხოლო ჩინეთის ხელისუფლებამ, გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების ნიველირებისა და საერთაშორისო საინფორმაციო მედიასივრცის კონტროლის მიზნით, საკმაოდ მძლავრ შიდასახელმწიფოებრივ პოლიტიკას ატარებს და ინტერნეტზე მკაცრი ცენზურა აქვს დაწესებული. აქედან გამომდინარე და ზემოთქმულის გათვალისწინებით, ჩვენი ინტერესის ფოკუსში სწორედ იმ ორი გლობალური აქტორის - აშშ-სა და რფ-ის პროპაგანდისტული საქმიანობა მოექცა, რომელთა ძალაც „ახალი დემოკრატიების“ პოლიტიკაში უშუალოდ აირეკლება. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ამ აქტორთაგან ერთ-ერთის - რუსეთის წონა პოსტსაბჭოთა და ყოფილი სოციალისტური ქვეყნების პოლიტიკურ ლანდშაფტში განსაკუთრებით მაღალია, ვინაიდან, ჩვენი რანჟირების თანახმად, ის ერთდროულად ექცევა მე-2, მე-3, მე-4 და მე-5 (თავისი ღიად დეკლარირებული გლობალური პოლიტიკური ამბიციების თანახმად) კატეგორიებში.

2.2 აშშ-სა და რუსეთის მიერ პროპაგანდისტული მეთოდების გამოყენებით საერთაშორისო პოლიტიკურ სარბიელზე მიღწეული შედეგები: იმის განსასაზღვრად, თუ რამდენად ზუსტი და წარმატებული იყო გარე ძალების ზემოქმედება ზემოთნახსენები ქვეყნების პოლიტიკაზე (ანუ, მათზე მიმართულ ქმედებებს შორის საუკეთესო სტრატეგიის იდენტიფიცირებისთვის), დაგვიჩვენა ინფორმაცია თამაშის მონაწილეების, მათი რესურსების და მოქმედებების შესახებ. ჩვენ შემთხვევაში, საჭირო იყო მონაცემები პროპაგანდის მიმართ საზოგადოების მოწყვლადობისა და იმის გასაზომად, თუ რა სიმძლავრის იქნებოდა პროპაგანდით და, კერძოდ, შიშის ფაქტორით გამოწვეული კოგნიტური დისონანსის უკურეაქცია - აქტიური ქმედება (ქცევის ცვლილება), კოგნიციის შეცვლა ან პრობლემასთან დაკავშირებული ინფორმაციის ტოტალური უკუგდება (ამ რეაქციის საბოლოო შედეგი შეიძლება დავახასიათოთ, როგორც ნიჰილიზმი). შესაბამისად, ამ აქტორთა მიერ მიღწეულ შედეგებს შორის, კონკრეტულ შემთხვევებთან ერთად (მღელვარება, პროტესტი), ერთსა და იმავე მოედანზე ორივეს საქმიანობის შედეგად დამდგარი საერთო სურათიც - საზოგადოების მენტალური მდგომარეობა განვიხილეთ. მოცემულობად მივიღეთ, რომ პროპაგანდის მიმართ რეზისტენტულობის მოთხოვნილება დღეს აქტუალურია ცივილიზებული მსოფლიოსთვის. მიმდინარე საუკუნის 20-იანი წლების დასაწყისისთვის, ანუ, უკრაინის მიმართ რუსეთის ღია აგრესიის დასწრების მომენტისთვის, ევროპული სახელმწიფოები უკვე შეშფოთებულნი იყვნენ რუსული პროპაგანდის მზარდი გავლენის გამო. 2008 წლის საქართველოს და 2014 წლის ყირიმის მოვლენებამდე, ევროპელები საკმაოდ ხშირად საუბრობდნენ აშშ-ის მხრიდან რბილი და მიზანმიმართული ზეწოლების შესახებ, რომელთა გამოისობითაც კრემლის რბილი ძალის გააქტიურების მომენტისთვის ევროპაში რუსული პროპაგანდისთვის ნოყიერი ნიადაგი უკვე მომწიფებული აღმოჩნდა. თუ აშშ-ის მხრიდან ზეწოლები ევროპული

სახელმწიფოების საზოგადოებებში მსუბუქ უკმაყოფილებას იწვევდა, კრემლის პროპაგანდისტული მანქანის მთელი ძალით ამოქმედებამ უკიდურესად ნეგატიური ეფექტი იქონია. ამის მიზეზი, სავარაუდოდ, აშშ-ისა და რუსეთის მხრიდან ზეწოლების შინაარსობრივ განსხვავებებში უნდა ვეძიოთ. უპირველეს ყოვლისა, ეს სხვაობა განპირობებულია ამ ორი საერთაშორისო აქტორის კონკრეტული და იოლად იდენტიფიცირებადი იდეოლოგიური კონტრასტებით, რომელთაც მათი საკომუნიკაციო ტექსტები და, ზოგადად, პოლიტიკური კომუნიკაცია ეყრდნობა.

2.3 გარე პროპაგანდისტული ზეწოლის ინდიკატორები „ახალი დემოკრატიის“ ქვეყნებისთვის: ეროვნული ღირებულებებისა და გარე აქტორთა ინტერესების კვეთა: ზოგადად, ღირებულებებსა და ღირებულებათა სისტემებს ცალკე მეცნიერება - აქსიოლოგია სწავლობს. ამიტომ ჩვენ ასეთად მხოლოდ სამიზნე ქვეყნების კონსტიტუციებში ხაზგასმული ღირებულებები განვიხილეთ. ყურადღება გავამახვილეთ საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვან იმ ფასეულობებზეც, რომლებზე ზეწოლამაც შესაძლოა აღმფოთება და მღელვარება გამოიწვიოს.

ზოგადად, ღირებულებებზე ზეწოლა რბილი ძალის მეშვეობით ხდება. თუკი სამიზნე აუდიტორიაზე ხისტი ძალის საშუალებით ზემოქმედება სამხედრო უპირატესობის გამოყენებას და ამ გზით მოწინააღმდეგის უხეშად, იძულების გზით დამორჩილებას გულისხმობს, რბილი ძალით ზემოქმედების შემთხვევაში მოხიბვლის, დარწმუნებისა და გადმობირების ინსტრუმენტები გამოიყენება. რაც უფრო მრავალფეროვანია პოლიტიკური აქტორის დარწმუნება-გადმობირების ინსტრუმენტების არსენალი, მით უფრო მძლავრი რბილი ძალაა ის საერთაშორისო სარბიელზე. ნებისმიერი პოლიტიკური აქტორისთვის რბილი ძალა ის საყრდენია, რომლის ამოქმედებაც სასურველი მიზნის მიღწევას დიდძალი

ფინანსური რესურსების ხარჯზე, მაგრამ კიდევ უფრო დიდი - სამხედრო ხარჯებისა და პირდაპირი, ხისტი ძალადობის გარეშე უზრუნველყოფს.

პირველ რიგში, რბილი ძალა ეძებს იმ ღირებულებებს, რომლებიც ბუნებრივად აღვივებს შიშის ფაქტორს, ანუ მოცემულ ვითარებაში საზოგადოებისთვის ემოციურად დატვირთული, მტკივნეული და მნიშვნელოვანია. ასეთებია, მაგალითად, ახალგაზრდების სიცოცხლე, სოციალური კეთილდღეობა და სამართლიანობა. ამიტომ, ხშირი და ერთგვაროვანი მიმართვები შიშის ფაქტორის მეშვეობით რბილი ძალის აქტიურობის ერთ-ერთი ინდიკატორია. რუსული რბილი ძალის ერთ-ერთ მაგალითად ნაშრომში განვიხილეთ „უკვდავი“ პოლკი“ - რუსეთის მიერ ინიცირებული სამხედრო-პატრიოტული მარში, რომელიც მეოცე საუკუნის დასაწყისში კრემლის იდეოლოგიურ ინსტრუმენტად ჩამოყალიბდა. განვიხილეთ ის კლიშეები და „მესიჯბოქსი“, რომელიც კრემლისთვის სასარგებლო, სამიზნე ქვეყნებისთვის კი - მავნე ნარატივებს შეიცავდა და ამ მარშის წარმომადგენელთა მიერ უხვად ტირაჟირდებოდა. როდესაც ჩვენ ვსაუბრობთ ქვეყნის სტრატეგიული განვითარებისთვის საზიანო და/ან სასარგებლო ნარატივებზე, ვგულისხმობთ ამ ნარატივების შესაბამისობას ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების მთავარ მოქმედ დოკუმენტებთან. ეს დოკუმენტები კი მიღებულია სწორედ იმ ძირითადი ეროვნული ინტერესების გათვალისწინებით, რომელთა რეალიზაციაც ქვეყნის ხანგრძლივ სტრატეგიულ განვითარებას უზრუნველყოფს. აქედან გამომდინარე, მორიგი ინდიკატორი, რომელმაც შესაძლოა გარე ძალის პროპაგანდისტულ აქტივობაზე მიგვანიშნოს, სწორედ უსაფრთხოების ძირითადი დოკუმენტების რევიზიის კამპანიაა.

როგრც წესი, გარე ძალის ერთ-ერთი სტრატეგიული მიზანი

საზოგადოების პოლარიზაციაა, მისი რბილი ძალისთვის კი აუცილებელია საყრდენი - როგორც ინსტიტუციური, ისე იდეოლოგიური. სწორედ ამიტომ, ის სამიზნე ქვეყანაში ეძებს მოწყვლად ველს, როგორცაა სოციალურად დაუცველი ჯგუფები, სიღარიბე და ზოგადად უმცირესობები, მათ შორის - ეთნიკური, რელიგიური და იდენტობის ნიშნით.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით, უკიდურესად აუცილებელია, სახელმწიფოში უმცირესობების უფლებების მიმართ ყურადღება არ მოდუნდეს და მათ უფლებებზე ზრუნვა საკმარისად თვალსაჩინო იყოს, რათა უნებლიედ ნოყიერი ნიადაგი არ შეიქმნას გარე ძალის ნარატივების გასამყარებლად.

თავი III. პროპაგანდისტული ზეწოლების გავლენა „ახალი დემოკრატიების“ პოლიტიკაზე და ანტიპროპაგანდისტული პოლიტიკა: დღეს, როცა საერთაშორისო დღის წესრიგს მძლავრი პოლიტიკური აქტორების ინტერპრეტაციათა ჭიდილი ავსებს, საინფორმაციო სივრცე გაჯერებულია ამ აქტორთა მიერ ტირაჟირებული ურთიერთგამომრიცხავი ნარატივებით, რომლებიც უშუალოდ ზემოქმედებენ ინდივიდთა განწყობებზე და ხელს უწყობენ საზოგადოების პოლარიზაციას. ამ ნარატივების გარკვეული დიდი ნაწილი პირდაპირ არის მიმართული ეროვნული სახელმწიფოების საზოგადოებებში რაციონალური და ირაციონალური შიშების გაღვივებისკენ. ბუნებრივია, ეს შიშები აირეკლება ამ სახელმწიფოთა შიდა საინფორმაციო ველებში - მათ ტირაჟირებას მედია და პოლიტიკური აქტორებიც ახდენენ. საბოლოოდ, ეს შიშები საგრძნობ გავლენას ახდენს როგორც საზოგადოების განწყობებზე, ისე - პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესზეც.

ამ ვითარებაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმის

გააზრება, თუ როგორ აისახება ყოველივე ეს მცირე სახელმწიფოების უსაფრთხოებაზე. არის შემთხვევები, როდესაც შიშის ფაქტორზე აპელირებით ზეწოლა იმდენად მძლავრია, რომ ანტიპროპაგანდისტული ძალისხმევა ან ამაოა, ან კიდევ უფრო უარესი - საზიანო მოქალაქეთა ცნობიერებისთვის.

3.1 შიშის ფაქტორი, ეროვნული ღირებულებები და გარე აქტორთა მხრიდან „ახალი დემოკრატიებისკენ“ მიმართული სტრატეგიული კომუნიკაცია: მიუხედავად იმისა, რომ როგორც წესი, სახელმწიფოს ძირითადი ფუნქციები იდენტურია, ეროვნული ღირებულებები შესაძლოა ყველა ცალკეული ქვეყნისთვის სპეციფიკური იყოს, რაც განპირობებულია ამ ქვეყნების გეოგრაფიული, გეოპოლიტიკური, გეოეკონომიკური მდებარეობით და იმ ძირითადი იდეოლოგიური ბაზისით, რომელიც ამა თუ იმ ქვეყნის მოსახლეობის ცნობიერებაში საზოგადოებისა და ამ ქვეყნის საგანმანათლებლო სისტემის მიერ აღზრდის გზით არის ჩანერგილი.

სახელმწიფოებრივი მმართველობის თვალსაზრისით, ამ ღირებულებებს ემატება ეროვნული თვითიდენტიფიკაციის განმსაზღვრელი ძირითადი ღირებულება, როგორც ეროვნული ერთიანობის უზრუნველმყოფი ფაქტორი.

ქვეყნის ინტერესებს, ეროვნულ ღირებულებებზე დაყრდნობით და მათი გათვალისწინებით, როგორც წესი, დღევანდელ რეალობაში სახელმწიფოების ძირითადი კანონმდებლობები - კონსტიტუცია და სხვა სტრატეგიული დოკუმენტები განსაზღვრავენ. ამიტომ, სახელმწიფოს მართვის პროცესს ეროვნულ ღირებულებებთან მიმართებაში სწორედ ეს დოკუმენტები არეგულირებენ და, აქედან გამომდინარე, სწორედ ამ დოკუმენტების შესაბამისად ხდება სახელმწიფოების სტრატეგიული მართვა.

თუკი ჩვენ ამ ჭრილში განვიხილავთ იმ გზავნილებს, რომლებიც ყოფილი სოციალისტური ბანაკისა და პოსტსაბჭოთა სივრცის ახალი დემოკრატიების მიმართ გარე აქტორების მხრიდან მოემართება, შესაძლებელი გახდება

იმის იდენტიფიცირება, თუ სად ხდება ამ გზავნილების თანმხვედრი ან წინააღმდეგობრივი კვეთა ქვეყნების ეროვნულ ღირებულებებთან. განსაკუთრებულ ყურადღებას საჭიროებს შიშის ფაქტორის გამაღვივებელი რიტორიკა, რაც პოტენციურად ყველაზე მძლავრი ზემოქმედების იარაღია. კერძოდ, იმაზე დაკვირვებით, თუ როგორ იცვლება გარე ნარატივები რეალობის ცვლილებასთან ერთად, შესაძლებელი ხდება დადგენა, თუ რომელი გარე აქტორის ნარატივები ესადაგება ქვეყნის სტრატეგიული განვითარებისთვის საჭირო საკვანძო მიდგომებს, რომელი ნარატივები კი - ბლოკავს.

3.2 შიშის ფაქტორის მნიშვნელობა „ახალი დემოკრატიების“ უსაფრთხოებაში და მისი გავლენა პოლიტიკურ პროცესებზე: იმ ზონებში, რომლებიც „ინტერპრეტაციათა ბრძოლის“ აქტიურ მოედნებს წარმოადგენენ, აშშ-სა და რფ-ს შორის შედარებით რთულად იდენტიფიცირებადი „ფრეიმების ჭიდილი“ ძირითადად იდეოლოგიურ სივრცეში მიმდინარეობს.

ამიტომ, უპირველეს ყოვლისა, ჩვენ შევისწავლეთ ჩვენი ნაშრომის ინტერესის სფეროში მოქცეული სამივე სამიზნე ქვეყნის პოლიტიკური სპექტრები (მოქმედი პარტიების იდეოლოგიები, შიშის ფაქტორის აქტივაციაზე მიმართული ნარატივები და ამ ნარატივების გამამყარებელი აქტივობები) და დავადგინეთ მათი ძირითადი - დეკლარირებული და ფაქტობრივი იდეოლოგიური ჩარჩოები.

ღია წყაროებში არსებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით მივიღეთ ინფორმაცია ამ პოლიტიკური პარტიების დეკლარირებული იდეოლოგიების და ნარატივების შესახებ, მათი აქტივობების კონტენტ-ანალიზისა და ფრეიმ-ანალიზის გზით კი დავადგინეთ:

- ა) შესაბამისობა მათ მიერ დეკლარირებულ და ფაქტობრივ ღირებულებებს შორის;
- ბ) გარე აქტორთა ნარატივების თანხვედრა მათ ნარატივებში არსებულ იმ ღია და ფარულ გზავნილებთან, რომლებიც შიშის ფაქტორს აღვივებენ ან ანეიტრალებენ.

3.3 ემპირიული კვლევა და მისი შედეგები: ანტიპროპაგანდისტული პოლიტიკა - სხვაობა არსებულ და სასურველ რეალობას შორის: ნაშრომის ფარგლებში ჩატარდა შემდეგი კვლევები:

√ პოლიტიკური აქტორების ფაქტობრივ ღირებულებათა შესაბამისობა მათ მიერ დეკლარირებულ იდეოლოგიებთან (ორჯერადად: 2018-19 წწ; განმეორებითი - 2020-21 წწ.);

√ გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების შედეგად აღმოცენებული შიშის ფაქტორის გავლენა მცირე ქვეყნების პოლიტიკაზე (2018-21 წ.);

გამოვიყენეთ სოციალურ მეცნიერებებში აპრობირებული მეთოდები - რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევები. კითხვარების მეშვეობით გამოიკითხა 18-დან 60 წლამდე ასაკის 150 რესპონდენტი, მათ შორის - 50 - საქართველოს, 50 - პოლონეთის და 50 - რუმინეთის მოქალაქე. თითოეული ქვეყნისთვის ფოკუს-ჯგუფები შემდეგი კრიტერიუმით შეირჩა: ა) 5 რესპონდენტი - ქვეყნის 3 წამყვანი პოლიტიკური პარტიის საზოგადოებასთან ურთიერთობაში ჩართული პირი (ჯამში, სამივე ქვეყნისთვის - 15); ბ) 10 რესპონდენტი - პარტიის რიგითი წევრი (ჯამში, სამივე ქვეყნისთვის - 30); გ) 20 რესპონდენტი - უპარტიო მოქალაქე (ჯამში, სამივე ქვეყნისთვის - 75); დ) 10 რესპონდენტი - მედიის და/ან აკადემიური პერსონალი - ექსპერტი სოციალურ მეცნიერებებში/ პოლიტიკურ საკითხებში (ჯამში, სამივე ქვეყნისთვის - 30). კითხვების სპეციფიკიდან გამომდინარე ანონიმურობის გარანტიით, ჩაღრმავებული ინტერვიუები გაკეთდა ა) და დ) ჯგუფების 5 წარმომადგენელთან თითოეული ქვეყნისთვის.

კვლევის დიზაინი შემდეგია:

მონაწილეები - ა, ბ, გ და დ ფოკუს-ჯგუფები;

კვლევის ჩატარების ადგილი: ა და ბ ფოკუს-ჯგუფებისთვის - სამიზნე პარტიების ოფისები, გ ფოკუს-ჯგუფისთვის - ქუჩა; დ ფოკუს-ჯგუფისთვის - უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების სოციალურ მეცნიერებათა კათედრები;

√ საქართველოში: კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, ივ. ჯავახიშვილის სახელმწიფო უნივერსიტეტი და ტექნიკური უნივერსიტეტი),

√ რუმინეთში - რუმინეთის „კაროლ I“ ეროვნული თავდაცვის უნივერსიტეტი, რუმინეთის სამეცნიერო აკადემია;

√ პოლონეთში - ვარშავის უნივერსიტეტი, ოსტროვიც-სვიატოკრჟისკის ბიზნესისა და მართვის კოლეჯი და პოლონეთის ომის მეცნიერებათა უნივერსიტეტი);

სამიზნე სეგმენტი - 18-დან 60 წლამდე;

გენდერი - 72 - ქალი, 78 - მამაკაცი;

კვლევის გეოგრაფიული არეალი - საქართველო, პოლონეთი, რუმინეთი; კვლევის პერიოდი - 2018-2021;

მონაწილეთა შერჩევის მოდელი - ა და ბ ფოკუს-ჯგუფებისთვის ინდიკატორად იქცა პარტიული რეიტინგები და აუდიტორიაზე წვდომა, რისთვისაც მონაცემები ღია წყაროების ანალიზის გზით მოვიპოვეთ. კერძოდ, მძლავრი პოლიტიკური აქტორები შევარჩიეთ შემდეგი ინდიკატორების შესაბამისად:

ა) ბოლო 10 წლის განმავლობაში ელექტრონულ მედიაში მათი ხსენების ინდექსების რაოდენობრივი ანალიზის საფუძველზე;

ბ) სამიზნე ქვეყნების მედიის წარმომადგენელთა მიერ გამოკითხვისა და ინტერვიუების გზით მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე;

გ) ორ უკანასკნელ არჩევნებში მათ მიერ მიღებული სარეიტინგო ქულების შედარებითი ანალიზის საფუძველზე. რაც შეეხება გ და დ ფოკუს-ჯგუფებს, რომელთაც რიგითი მოქალაქეები, მედიის წარმომადგენლები და ექსპერტები შეადგენენ, ისინი შემთხვევითი შერჩევის მეთოდით შედგა.

გ ფოკუს-ჯგუფის წევრთა რაოდენობა ა, ბ და დ ფოკუს-ჯგუფების ჯამურ ოდენობას გავუტოლეთ, რამაც მონაცემთა მეორადი ანალიზის ეტაპზე გაგვიოღლა პროპორციული ანალიზის მეთოდების გამოყენება.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გაანალიზდა საკვანძო სიტყვებზე საძიებო შედეგები; პოლიტიკური აქტორების მოხსენიების ინდექსები; პროპაგანდისტული კამპანიების ფარგლებში წარმოებული საინფორმაციომასალების რაოდენობა; სამიზნე აუდიტორიების მოცულობები (ღია წყაროებში არსებულ ინფორმაციასა და საქართველოს კომუნიკაციების კომისიის ანგარიშებზე დაყრდნობით). კვლევების ფარგლებში საქართველოს, რუმინეთისა და პოლონეთის მედიის, საზოგადოებისა და პოლიტიკური აქტორების სტრატეგიული დღის წესრიგი გავანალიზეთ. პოლიტიკური აქტორების სტრატეგიული დღის წესრიგის მედიისა და საზოგადოების დღის წესრიგებთან დამთხვევის ხარისხის შესასწავლად მედიის, საზოგადოებისა და პოლიტიკური აქტორების დღის წესრიგების შედარებითი ანალიზი დაგვჭირდა.

თვისებრივი კვლევა გამოვიყენეთ იმის შესასწავლად, თუ კონკრეტულად რომელ საკითხებს ახვევენ (ან ახვევდნენ) გარკვეული პერიოდის განმავლობაში) თავს გავლენიანი პოლიტიკური ძალები საზოგადოებას. კერძოდ, დღის წესრიგების შესასწავლად კონტენტ-ანალიზი დაგვჭირდა, ხოლო საზოგადოების რეზისტენტულობის ხარისხის გასარკვევად - ფოკუს-ჯგუფების ჩაღრმავებული ინტერვიუ. გამოკითხვის ჩასატარებლად, შემუშავებულ იქნა 4 სახის კითხვარი (ა, ბ, გ და დ ფოკუს-ჯგუფებისთვის). ანკეტირების შედეგად მიღებული ინფორმაციის კონტენტ-ანალიზის საფუძველზე შევადგინეთ ის საკვანძო ფრაზები, რომეთა გამოყენებითაც საძიებო სისტემებში მოვიძიეთ ინფორმაცია სამიზნე ქვეყნების პოლიტიკურ აქტორთა პროპაგანდისტული აქტივობების შესახებ.

მონაცემთა მეორადი ანალიზისთვის გამოვიყენეთ პროპორციული ანალიზი, ბივარიაციული ანალიზი და მულტივარიაციული ანალიზი. მულტივარიაციული ანალიზი დაგვჭირდა ღია წყაროებიდან მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე მატრიცის შესადგენად, რათა პროპაგანდის ცნობილ მეთოდებთან თანხვედრის

კრიტერიუმით, გამოვგვეყო საქართველოს, პოლონეთისა და რუმინეთის პოლიტიკაში პროპაგანდის გამოყენების ასპექტები. კონტენტ-ანალიზის გამოყენებით მედიისა და პოლიტიკური აქტორების საკომუნიკაციო ტექსტებში გამოვყავით კონკრეტული შეკვეთა-რეაქციები, შევისწავლეთ პროპაგანდის ნარატივებისა და სენსიტიური „ჩარჩოების“ ურთიერთქმედება. თავად სენსიტიურ „ჩარჩოებს“, ზემოქმედების სავარაუდო ხარისხის მიხედვით, შემდეგი კოეფიციენტები მივანიჭეთ: შიშის ფაქტორი - 2; იდეოლოგიური ჩარჩო - 1,75; ეკონომიკური კეთილდღეობის დაპირება - 1,5; სოციალური სამართლიანობის დაპირება - 1,25. კვლევებმა დაადასტურა, რომ:

- ადგილობრივი აქტორები მსოფლიო ლიდერთა პროპაგანდისტული ნარატივების გაცნობიერებულ ან უნებლიე ტირაჟირებას აწარმოებენ.
- სიტყვა პროპაგანდას ერთმნიშვნელოვნად უარყოფითი კონოტაცია აქვს ყველა ჯგუფში.
- განსაკუთრებით წარმატებული და განსაკუთრებით წარუმატებელი კომუნიკაციის ყველა შემთხვევა უკავშირდება იმ ნარატივებს, რომლებიც ან ამძაფრებენ, არ ანეიტრალებენ შიშის ფაქტორს.
- საშიშროების შემცველ აქტორებად აღიქმებიან გლობალური აქტორები, ატომური იარაღის მქონე ზესახელმწიფოები და უშუალო მეზობლები.

მიუხედავად აშშ-ისა და, ზოგადად, დასავლური პროპაგანდისა, პოსტსაბჭოთა და ყოფილი სოციალისტური ბანაკის პატარა ქვეყნებზე გლობალურ აქტორთაგან ყველაზე მძლავრ პროპაგანდისტულ ბერკეტებს, 2010-2021 წლების მონაცემებით, რუსეთი ინარჩუნებს. აქედან გამომდინარე, რუსული პროპაგანდის მიმართ მდგრადობის ამაღლების და პროპაგანდის განეიტრალების მიზნით ამ სახელმწიფოთა მხრიდან ძალისხმევა აუცილებელია. სამიზნე ქვეყნებს შორის ეს პრობლემა ყველაზე ნაკლებად რუმინეთს წინაშე დგას, ყველაზე მწვავედ კი - პოსტსაბჭოთა საქართველოს წინაშე.

დასკვნა

კვლევებმა ცხადყო, რომ გარე პროპაგანდისტული ზეწოლა პირდაპირ გავლენას ახდენს მცირე ქვეყნებში პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესზე. დადასტურდა ჩვენი ჰიპოთეზა, რომ: ახალი დემოკრატიის ქვეყნებში პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესზე გარე პროპაგანდისტული ზეწოლები უშუალოდ ზემოქმედებენ და ამიტომ სხვადასხვა გლობალურ და/ან რეგიონალურ აქტორთა ინტერპრეტაციების შიდა პოლიტიკური ძალების მიერ ტირაჟირება პირდაპირ გავლენას ახდენს ამ ქვეყნების სტაბილურობაზე, უსაფრთხოებაზე და/ან საზოგადოების მენტალურ ჯანმრთელობაზე, განსაკუთრებით, შიშის ფაქტორის მიმართ აპელირების შემთხვევაში.

პასუხად დამატებით კითხვაზე, თუ რამდენად მკაფიოდ აცნობიერებენ სამიზნე ქვეყნებში პოლიტიკური კომუნიკაციით დაკავებული სუბიექტები მათ მიერ ჩატარებული კამპანიების პირდაპირ და ირიბ შედეგებს, კვლევამ ნაწილობრივ დაადასტურა ჩვენი სამივე ვარაუდი და ცხადყო, რომ სამიზნე ქვეყნებში პოლიტიკური კომუნიკაციით დაკავებული სუბიექტები უმეტეს შემთხვევებში აცნობიერებენ კომუნიკაციის ირიბ შედეგებს, მაგრამ სწრაფ შედეგზე ორიენტირება ხელს უშლის მათ საკომუნიკაციო სტრატეგიის მეორე დონის ანალიზში, რის გამოც მათი კომუნიკაცია საერთაშორისო აქტორების მიერ შექმნილი „ჩარჩოების“ ფარგლებში წარმოებს და ამ „ჩარჩოების“ განმტკიცებას ემსახურება მაშინაც კი, როცა ეს აქტორების მიერ დეკლარირებულ მიზნებს ეწინააღმდეგება. პასუხად კითხვაზე, იკვეთება თუ არა ლოგიკური კავშირი სამიზნე ქვეყნებში სხვადასხვა აქტორების მიერ წარმოებულ პოლიტიკურ კომუნიკაციაში გამოყენებული ფრეიმინგის შედეგად ფორმირებულ მეორე დონის სტრატეგიებს შორის, ჩვენი სამი ვარაუდიდან კვლევამ უარყო პირველი, ხოლო დაადასტურა მეორე და მესამე ვარაუდი და ცხადყო, რომ სამიზნე ქვეყნებში სხვადასხვა აქტორების მიერ წარმოებულ პოლიტიკურ კომუნიკაციაში გამოყენებული ფრეიმინგის

შედეგად ფორმირებულ მეორე დონის სტრატეგიებს შორის ყველა ლოგიკური ბმა ბუნებრივია, ვინაიდან ფრეიმინგის პროცესში ერთი და იგივე „ჩარჩოების“ გააქტიურება ხდება. როგორც კვლევებმა აჩვენა, აუცილებელია გავაცნობიეროთ, რომ მხოლოდ „ფეიკნიუსები“ არ არის მავნე ჩვენი საზოგადოებებისთვის. მათი დაცვა გარე პროპაგანდის მიერ თავს მოხვეული ირაციონალური შიშებისგანაც ასევე აუცილებელია. არსებული ანტიპროპაგანდისტული პოლიტიკა, რომელიც მხოლოდ ყალბი ნარატივების გაბათილებას გულისხმობს, არაეფექტურია. ამ საქმიანობის ქვაკუთხედად განათლების დონის ამაღლება და რაციონალიზაციის უნარების სტიმულირება უნდა იქცეს. მნიშვნელოვანია ეროვნულ ინტერესებზე მორგებული ერთიანი სახელმწიფოებრივი პროპაგანდისტული კლიშეების გადახედვაც, ვინაიდან რიგ შემთხვევებში ეს კლიშეები წინააღმდეგობაში მოდის გლობალურ ტენდენციებთან და, მტრული ინფორმაციული ზეწოლების შედეგად, დესტრუქციულ რწმენებად ტრანსფორმირდება. იმისთვის, რომ ერთმანეთისგან გაიმიჯნოს მტრული და არამტრული ნარატივები, აუცილებელია სიტყვა პროპაგანდას გამოვაცალოთ ერთმნიშვნელოვანი უარყოფითი კონოტაცია და ერთმანეთისგან გავმიჯნოთ ჯანსაღი და მავნე პროპაგანდა. საზოგადოების პოლიტიკური სიმწიფის, გარე პროპაგანდისადმი მისი რეზისტენტულობის ამაღლება, რაც განათლების სისტემის სრულყოფის გზით უნდა მოხდეს, ეროვნული უსაფრთხოების უზრუნველმყოფ საკვანძო საკითხად უნდა განიხილებოდეს. გარდა ზემოთქმულისა, ნაშრომზე მუშაობისას გაკეთებულია შემდეგი მნიშვნელოვანი დასკვნები: პროპაგანდა არის ფაქტის, შეხედულების, არგუმენტის, იდეის ან ღირებულების, მათ შორის - წინასწარგანზრახულად დამახინჯებული ინფორმაციის პროპაგანდისტისთვის ხელსაყრელი ინტერპრეტაცია, რომელიც აყალიბებს საზოგადოებრივ აზრს და

შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას საზოგადოების შეცდომაში შესაყვანად. ის წარმოდგენილია ყველგან, სადაც არსებობს მოსაზრება დამისი ინტერპრეტირების შესაძლებლობა, ანუ, კომუნიკაცია. მისი მიზანია პროპაგანდის ობიექტისთვის საინფორმაციო და, შესაბამისად, ფსიქოლოგიური უპირატესობის მოპოვება. გლობალური აქტორები მას, როგორც რბილი ძალის უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს, აქტიურად მიმართავენ როგორც ომის დროს, ისე მშვიდობიანობის პერიოდში.

გლობალური აქტორები პოზიციების განსამტკიცებლად ომის პროპაგანდის ხისტ ინსტრუმენტებს მშვიდობიან პერიოდშიც იყენებენ. ძლიერი რეგიონული და გლობალური აქტორები ყოველთვის ცდილობენ აღძრან და გააღვივონ მათ მიმართ პიეტეტი სხვა ქვეყნებში. ძლიერი აქტორების ქიშპობა ლიდერობისთვის საკუთარი სამხედრო ძლიერების ხაზგასმა-აქცენტირების თანხლებით მიმდინარეობს.

მიუხედავად იმისა, რომ ძლიერი აქტორების ნარატივები უშუალოდ მათდამი არ არის მიმართული, მცირე ქვეყნები სენსიტიურები არიან ძლიერი გლობალური და რეგიონული აქტორების ნარატივების მიმართ - ისინი ძლიერი აქტორების შემტევი რიტორიკის გავლენის ქვეშ ექცევიან და უმძაფრდებათ ტოტალური საფრთხის შეგრძნება.

ამ ვითარებაში, გარდა რაციონალური შიშისა, საზოგადოებაში ფესვებს იდგამს ირაციონალური შიშები, რომელთა გაღვივებაც ზოგ შემთხვევაში შესაძლოა ხელსაყრელი იყოს ერთი რომელიმე უცხო სახელმწიფოსთვის ან უცხო სახელმწიფოთა ამა თუ იმ ჯგუფისთვის. ამის მაგალითია საქართველოს საზოგადოების ნაწილის ირაციონალური შიში დასავლური კულტურის მიმართ, რომელიც თითქოსდა „გადაგვარებას“, „კულტურის და ღირებულებების წართმევას“ და ათას სხვა უბედურებას გვიქადის; შიში თურქეთის მიმართ, რომელიც თითქოსდა „გადაყლაპვას გვიპირებს“ და, ბუნებრივია, შიში რუსეთის მიმართ, რომელიც „ტანკებით გადაგვივლის, თუ წესიერად არ მოვიქცებით“.

რასაკვირველია, ძლიერ პოლიტიკურ აქტორებს საკუთარი ინტერესები და მიზნები აქვთ, აქედან გამომდინარე, ზოგ შემთხვევაში საფრთხე მართლაც არსებობს, მაგრამ მისთვის აღმატებული მნიშვნელობის მინიჭება პატარა სახელმწიფოს რიგი გამოწვევების წინაშე აყენებს, რომელთაგან უმნიშვნელოვანესია თავდაცვის გადაჭარბებული ხარჯები, საზოგადოების დეზინტეგრაცია (ბანაკებად დაყოფა) და ნიჰილიზმი (ჩვენ არავინ არაფერს გვეკითხება). ანუ, გამოდის, რომ მძლავრი პოლიტიკური აქტორები მცირე ქვეყნებზე საკუთარი სტრატეგიული კომუნიკაციის გზით ჩამოწოდებული პროპაგანდისტული ნარატივებით ზემოქმედებენ.

ამ კომუნიკაციის გავლენა პერმანენტულია, რადგან პროპაგანდა უწყვეტ რეჟიმში, სხვადასხვა ნარატივებად ტრანსფორმირებული სახით მოედინება. ამასთან, სხვადასხვა გლობალური აქტორებისთვის ხელსაყრელი ნარატივები შინაარსობრივად შესაძლოა იდენტური იყოს. შესაბამისად, სხვადასხვა წყაროდან წამოსულმა ნარატივებმა შესაძლოა, ურთიერთგამამყარებელი ეფექტი იქონიოს. მსხვილი პოლიტიკური აქტორები, მათი ინტერესებიდან გამომდინარე, მათთვის ხელსაყრელ დროს და მათთვის საჭირო პირობებში, აძლიერებენ პროპაგანდისტულ ზეწოლას. ამ პროცესში ისინი ააქტიურებენ არა მხოლოდ დიპლომატიურ არხებს, არამედ რბილ ძალასაც, რომელიც შესაძლოა მცირე ქვეყნების მიერ საერთოდ არ აღიქმებოდეს გარე ძალასთან ასოცირებულ/ავილირებულ სუბიექტად. ვინაიდან, „თამაშის თეორიის“ თანახმად, ერთ კონკრეტულ თამაშში, კონკრეტულ მოედანზე, სტრატეგიულად გამარჯვების მეტი შანსი იმ მოთამაშეს აქვს, რომელსაც, მოწინააღმდეგეთა რესურსების, ტაქტიკისა და სტრატეგიების შესახებ სრულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მათი შემდგომი ნაბიჯების გათვლა საუკეთესოდ შეუძლია, მცირე ქვეყნების პოლიტიკაში საკუთარი ინტერესების რეალიზაციის პროცესში სტრატეგიული უპირატესობა იმ

გარე მოთამაშეებს აქვთ, რომლებსაც მოწინააღმდეგეთა ამ შემდგომი ნაბიჯების მართვა შეუძლიათ.

მოწინააღმდეგეთა ნაბიჯების მართვა ყველაზე იოლი და შედეგიანია საზოგადოებაში შიშის ფაქტორის - მათ შორის - ირაციონალური შიშების გააქტიურების გზით.

საზოგადოებაში არსებული ირაციონალური შიშები სხვადასხვა ტიპის შეთქმულების თეორიებს შობს. ეს შიშები საზოგადოებაში აგრესიის აკუმულაციას უწყობს ხელს.

ამ შიშებთან ბრძოლა არ არის სასურველი მხოლოდ შიშების გაქარწყლებითა და სითამამის წახალისებით - ამ შემთხვევაში არსებობს მაღალი რისკი, რომ ლატენტური ირაციონალური შიშები მაღალი მუხტის მატარებელ ღია აგრესიად გარდაიქმნას, რომელიც, მაღალი ალბათობით, შიდა დაპირისპირებებში გადაიზრდება. მეტიც: არსებობს საშიშროება, რომ მცირედი გარე პროპაგანდისტული ზეწოლის შემთხვევაში, ასეთმა უმართავმა მუხტმა გარე კონფლიქტიც განაპირობოს.

მცირე ქვეყნებში, სადაც ადგილობრივი აქტორები მსოფლიო ლიდერთა პროპაგანდისტული ნარატივების გაცნობიერებულ ან უნებლიე ტირაჟირებას აწარმოებენ, საზოგადოება იხლიჩება და რადიკალიზდება, ხოლო თავად ინტერპრეტაციათა ჭიდილი პოლიტიკური შეხედულებების გამო სხვა, მიმდინარე რეალობისთვის ბევრად უფრო მნიშვნელოვან საკითხებს დღის წესრიგიდან დევნის. შესაბამისად, საინფორმაციო სივრცის სიჯანსაღის მოთხოვნილება ნებისმიერი მცირე ქვეყნის შიდა უსაფრთხოებისთვის საკვანძო საკითხია.

პროპაგანდისტული ზეწოლის ინდიკატორებად შეიძლება იქცეს:

- შიშის ფაქტორზე კამპანიური ხასიათის ხშირი მიმართვები;
- სხვა გლობალურ აქტორთა დისკრედიტების, მათ შორის - ამ აქტორთა ღირებულებების განქიქების კამპანიები;

- შეტევები სამიზნე ქვეყნების კონსტიტუციებსა და უსაფრთხოების მარეგულირებელ ძირითად დოკუმენტებზე;
- კამპანიური ხასიათის პოლიტიკური კომუნიკაციის სოციუმის მოწყვლად ჯგუფებზე ორიენტაცია;
- საზოგადოების რადიკალიზაციისკენ მიმართული იდეოლოგიური შეტევები, როგორცაა სახელმწიფოში ხელისუფლებისა და/ან სოციუმის მხრიდან ეროვნული ღირებულებების მაფორმირებელი რწმენების (რელიგიური, ეთნიკური და, ზოგადად, იდენტობის ტოლერანტული აღქმების) ექვექვეშ დაყენება.

გარდა კვლევებიდან გამომდინარე პირდაპირი დასკვნებისა, კვლევის პროცესში ირიბად გამოიკვეთა რამდენიმე ტენდენცია. შესწავლის შემდეგ, ამ ტენდენციებმა საშუალება მოგვცა გაგვეკეთებინა დამატებითი დასკვნები, რომელთა საზოგადოებისთვის გაზიარებაც, ვფიქრობთ, ასევე საინტერესო და მნიშვნელოვანი იქნება.

კერძოდ, კვლევის პროცესში აღმოვაჩინეთ, რომ საქართველოს, რუმინეთისა და პოლონეთის საზოგადოებებისთვის სიტყვა „პროპაგანდა“ მეტწილად ნეგატიური კონოტაციის მატარებელია. არადა, ამ სიტყვის ნეგატიური აღქმა ხელს უშლის მავნე და ჯანსაღი პროპაგანდის ტექსტების ერთმანეთისგან გამიჯვნას. პროპაგანდისადმი რეზისტენტულობის ასამაღლებლად საჭიროა, რომ თავად სიტყვა „პროპაგანდა“ ნეიტრალური კონოტაციის მატარებელი იყოს, ხოლო პროპაგანდისტული ნარატივები „მავნედ“ და „ჯანსაღად“ უშუალოდ მათი შინაარსობრივი დატვირთვიდან გამომდინარე უნდა დახარისხდეს. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ინდივიდთა ცნობიერებაში უნდობლობას იწვევს ჯანსაღი პროპაგანდაც, თავად პროპაგანდისტული შემადგენლის არსებობიდან გამომდინარე.

ამავე კონტექსტში, გასათვალისწინებელია, რომ მიუხედავად აშშ-სა და, ზოგადად, დასავლური პროპაგანდისა, პოსტსაბჭოთა და ყოფილი სოციალისტური ბანაკის პატარა

ქვეყნებზე გლობალურ აქტორთაგან ყველაზე მძლავრ პროპაგანდისტულ ბერკეტებს, 2019-2024 წლების მონაცემებით, რუსეთი ინარჩუნებს. შიშის ფაქტორის აქტივაციის გზით, ეს ზეწოლა კიდევ უფრო საგრძნობი გახდა 2022 წლის უკრაინის მოვლენების შედეგად. აქედან გამომდინარე, რუსული პროპაგანდის მიმართ რეზისტენტულობის ამაღლებისა და ამ პროპაგანდის განეიტრალების მიზნით ამ სახელმწიფოთა მხრიდან ძალისხმევა აუცილებელია.

ასევე, კვლევისას აღმოჩნდა, რომ მსხვილი საძიებო სისტემებისა (Google, Bing, Yandex) და სოციალური ქსელების (Facebook, Meta, Twitter, Tik-Tok, etc.) მარკეტინგული ინსტრუმენტები - ტექსტების კონტენტ-ანალიზზე მორგებული ვებ-აპლიკაციები სავსებით გამოყენებადია პოლიტიკური პროპაგანდის მიზნებისთვისაც.

დღეს ამგვარ პროგრამულ უზრუნველყოფასთან მუშაობა, ანუ, პოლიტიკური პროპაგანდისა და ანტიპროპაგანდის სფეროში საპასუხისმგებლო ფუნქციების შესრულება მხოლოდ ინტერნეტ-ტექნოლოგიების სპეციალისტებსა და მარკეტოლოგებს - ფაქტობრივად, პოლიტიკური კომუნიკაციის არმცოდნე, პოლიტიკურად უმწიფარ კადრებს უწევთ. თუმცა, ვვარაუდობთ, რომ ამ ინსტრუმენტების მრავალფეროვნებიდან და მრავალფუნქციურობიდან გამომდინარე, მათი მოხმარების სპეციალიზაცია ახლო მომავლის ერთ-ერთ საჭირო პროფესიად იქცევა.

და ბოლოს: კვლევის პროცესში დავრწმუნდით, რომ აქტორთა ძირითადი გეოსტრატეგიული ინტერესებისგან განსხვავებით, მათი მიმდინარე ინტერესები და მათი ნარატივების ნაკრები, ე.წ. „მესიჯბოქსი“ ცვალებადია, თუმცა შესაბამისი წყაროების პერმანენტული ანალიზი და ამ ანალიზის შედეგებზე დაყრდნობით მათი პროპაგანდისტული ნარატივების მუდმივი იდენტიფიცირება დღევანდელ ვითარებაში ნებისმიერი ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოებისთვის ერთ-ერთი საკვანძოდ მნიშვნელოვანი აუცილებლობაა და ამიტომ

სასურველია, შესაბამისი სამსახურებისთვის მუდმივ სამონიტორინგო მიმართულებად იქცეს.

დღეს, ხელოვნური ინტელექტის განვითარების პირობებში, მედიასივრცის ანალიზის პროცესის ავტომატიზების მიზნით, შესაძლებელია ახალი ტექნოლოგიების წარმატებით გამოყენება - ამას მოწმობს ჩვენს მიერ კვლევების დასრულების შემდეგ ჩატარებული ექსპერიმენტი (ინტერვიუ ხელოვნურ ინტელექტთან), რომლის შედეგების ხილვაც ნაშრომის უკანასკნელ დანართად არის შესაძლებელი.

პროცესის ავტომატიზების წინაპირობად ხელოვნური ინტელექტის კვალიფიციურად (ანალიზისთვის აუცილებელი და საკმარისი ინფორმაციის რელევანტური ფორმით - ენობრივი მოდულების სპეციფიკაზე მორგებულად მიწოდების გზით) დატრენინგება უნდა იქცეს. ბუნებრივია, ეს პროცესიც, ციფრული ტექნოლოგიების სპეციელისტებთან ერთად, სოციალურ მეცნიერებათა, პოლიტიკის ანალიზის, სოციოლოგიის, ფსიქოლოგიის, იურისპრუდენციის და სხვა შესაბამისი პროფესიების მაღალკვალიფიციური სპეციალისტებისგან შემდგარი ჯგუფის მიერ (საკითხის სპეციფიკიდან გამომდინარე - სასურველია, „ეჯაილ“ (Agile) პრინციპით) უნდა წარიმართოს.

ინფორმაცია ნაშრომის აპრობაციის შესახებ

დისერტაციის ძირითადი შინაარსი გამოქვეყნებულია შემდეგ შრომებში:

1. Urushadze, M., 2019, Projecting the Foreign propaganda on the Georgian Politics, Ante Portas Security Studies, 2019/1(12), ISSN2353–6306 (indexed in ERIHPLUS, PBN, BAZHUM, Index Copernicus, CEJSH), Poland, pp 53-65.
2. ურუშაძე, მ., „უცხოური პროპაგანდის პროეცირება ქართულ პოლიტიკაზე“, 2019, სამეცნიერო ჟურნალი „პოლიტოLOGOS“, N1;
3. ურუშაძე, მ., „შიშის ფაქტორი და ინტერპრეტაციათა ჭიდილი სამხრეთ კავკასიის ქვეყნების დღის წესრიგში - პოსტსაბჭოთა ქვეყნების გამოცდილება“, 2020, კსუ-ს სამეცნიერო ჟურნალი „პოლიტოLOGOS“, N2;
4. Urushadze, M., 2020, “The Role of Kremlin Propaganda Machine in the “Frame-Games” of International Agenda”, Ante Portas Security Studies, 2020/1(14), ISSN2353–6306 (indexed in ERIHPLUS, PBN, BAZHUM, Index Copernicus, CEJSH), Poland, pp 11-24.
5. ურუშაძე, მ., კიკნაძე, თ., 2021, „საქართველოს პოლიტიკური აქტორების ფაქტობრივ ღირებულებათა შესაბამისობა მათ მიერ დეკლარირებულ იდეოლოგიებთან“, კსუ-ს სამეცნიერო ჟურნალი „პოლიტოLOGOS“, N3;
6. Urushadze, M., 2020, “COVID-19: Propaganda and The Fear Factor In The International Agenda – A Personal Experience”, Strategies XXI Proceedings, Centre for Defence and Security Strategic Studies, “CAROL I” NATIONAL DEFENCE UNIVERSITY, Romania, pp 124-130.
7. Urushadze, M., Kiknadze, T., 2021, The Relevance of the Actual Values of the Political Actors of Georgia with the Ideologies Declared by Them, Journal of Advanced Research in Social Sciences, ISSN: 2538-919X (indexed in: Index Copernicus, DRJI, ResearchBib, Scientific Indexing Services, Scientific Indexing Services, Scilit, CiteFactor, WCOSJ, Google Scholar), Australia, pp. ;
8. Urushadze, M., 2021, Fear Factor Caused by Outside Propaganda Pressure and its Influence on the Policy of the Small Countries,

Cosmopolitan Civil Societies, ISSN: 1837-5391 (indexed in: SCOPUS, DOAJ, EBSCO, Google Scholar, Clarivate Analytics, Trove, LivRel, BASE, EZ3, The Open Access Digital Library, SHERA, ULRICHESWEB, INKER, OPENAIRE),

9. Geguchadze, G., Urushadze, M., 2021, The LGBTQ Issue as a Supplementary Tool for Polarization in Post-Soviet Countries – Case of Georgia. Strategies XXI Proceedings, Centre for Defence and Security Strategic Studies, “CAROL I” NATIONAL DEFENCE UNIVERSITY, Romania, pp. 128-154.

მოხსენებულია ორ თემატურ სემინარში:

1. ფრეიმინგისა და დღის წესრიგის თეორიების თანამედროვე აღქმები, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, 2018.
2. პროპაგანდა, როგორც რბილი ძალის ელემენტი ასიმეტრიულ საფრთხეებსა და ჰიბრიდულ ომებში და მისი პროეცირება ქართულ პოლიტიკაზე, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, 2018.

სამ კოლოქვიუმში:

1. პროპაგანდის სკოლები, მეთოდები და გამოყენების ასპექტები, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, 2019.
2. გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების შედეგად აღმოცენებული შიშის ფაქტორის გავლენა მცირე ქვეყნების პოლიტიკაზე, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, 2019.
3. გარე პროპაგანდისტული ზეწოლების ინდიკატორები, კონფლიქტი არსებულ ღირებულებებთან და ანტიპროპაგანდისტული პოლიტიკა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, 2020.

თერთმეტ მოხსენებაში საერთაშორისო და ადგილობრივ კონფერენციებზე საქართველოში და საზღვარგარეთ:

1. „Projecting the Foreign propaganda on the Georgian Politics“, The International Expert Conference „Asymmetric Conflicts and Hybrid Wars in the 21st Century“, Ostrowiec Świętokrzyski, Poland, 23-25 May, 2018

2. „უცხოური პროპაგანდის პროცირება ქართულ პოლიტიკაზე“, ბაკალავრიატის, მაგისტრატურისა და დოქტორანტურის სტუდენტთა მეექვსე საერთაშორისო კონფერენცია, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2018, 27 მაისი;
3. „საქართველოს პოლიტიკური აქტორების ფაქტობრივ ღირებულებათა შესაბამისობა მათ მიერ დეკლარირებულ იდეოლოგიებთან“, ბაკალავრიატის, მაგისტრატურისა და დოქტორანტურის სტუდენტთა მეშვიდე საერთაშორისო კონფერენცია, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2019, 25 მაისი;
4. „კრემლის პროპაგანდის სოციალურ-ფსიქოლოგიური ასპექტები“, საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტი, აკადემიკოს შოთა ნადირაშვილის ხსოვნისადმი მიძღვნილი სამეცნიერო კონფერენცია, თბილისი, 26 ივნისი, 2019;
5. “The Role of Kremlin Propaganda Machine in the “Frame-Games” of International Agenda”, International Expert Conference SECDEF’19 - “Strengthening the Regional Cooperation in Europe and Euro-Atlantic Area on Security and Defense Industries for Maintaining and Developing Priority – Established Defense Capabilities. The Use of Wider Military Cooperation Programmes to Increase Security and Defense in Europe”, Bucharest, Romania, 07-09 November, 2019.
6. “The Role of The Fear Factor and Kremlin propaganda-machine in the “Frame-Games” of Post-Soviet Countries’ Agenda”, X International Science Conference “Social Forecasting and Planning of Country’s Future: Peacemaking Technology”, Zaporizhzhia National University, Ukraine, February 21, 2020.
7. „საერთაშორისო საინფორმაციო სივრცეში მძლავრი პოლიტიკური აქტორების მიერ წარმოებული პროპაგანდის მცირე ქვეყნებზე ზემოქმედების ზოგიერთი მექანიზმის შესახებ“, ტელესიმპოზიუმში „ახალი გამოწვევები: კონსოლიდაცია უსაფრთხოებისა და მშვიდობისათვის“, ჰელსინკის მოქალაქეთა ასსამბლეის საქართველოს კომიტეტი, თბილისი, 24/04-24/06, 2020.

8. „COVID-19, Propaganda And The Fear-Factor in the International Politics“, The International Scientific Conference “The Complex and Dynamic Nature of the Security Environment”, “CAROL I“ - National Defense University, Centre for Defence and Security Strategic Studies, 05-06 November 2020, Bucharest, Romania
9. Urushadze, M., Kiknadze, T., 2021, The Relevance of the Actual Values of the Political Actors of Georgia with the Ideologies Declared by Them, Journal of Advanced Research in Social Sciences, ISSN: 2538-919X (indexed in: Index Copernicus, DRJI, ResearchBib, Scientific Indexing Services, Scientific Indexing Services, Scilit, CiteFactor, WCOSJ, Google Scholar), Australia, pp. ;
10. Urushadze, M., 2021, Fear Factor Caused by Outside Propaganda Pressure and its Influence on the Policy of the Small Countries, Cosmopolitan Civil Societies, ISSN: 1837-5391 (indexed in: SCOPUS, DOAJ, EBSCO, Google Scholar, Clarivate Analytics, Trove, LivRel, BASE, EZ3, The Open Access Digital Library, SHERA, ULRICHESWEB, INKER, OPENAIRE),
11. Geguchadze, G., Urushadze, M., 2021, “The LGBTQ Issue as a Supplementary Tool for Polarization in Post-Soviet Countries – Case of Georgia”, The International Scientific Conference “The Complex and Dynamic Nature of the Security Environment”, “CAROL-I“ National Defense University, Centre for Defence and Security Strategic Studies, 09-10 December 2021, Bucharest, Romania.

გაჟღერდა დისკუსიებში შემდეგ საერთაშორისო ღონისძიებებზე:

1. Tbilisi Round Table ICEUR-Vienna, 27/28-10-2017;
2. Western Balkans – Infrastructure and Energy from a Geopolitical Perspective” - Warsaw, Poland, 29th May, 2019;
3. International Conference The fifth FORUM “Dialogue and Cooperation in the Middle East: Geopolitics and Geo-economics Perspectives”, The 17th of October 2019.



Caucasus International University

Right of Authorship

Maia Urushadze

**Influence of Global Actors' Propaganda on
Political Processes in Young Democracies**

A N N O T A T I O N

of dissertation presented to obtain an Academic Degree of
Political Science PhD

TBILISI, 0141, GEORGIA

2024

46

The work was carried out within the doctoral educational program of Political Science of the Faculty of Social and Humanities of the Caucasus International University.

Supervisors:

- **Tamar Kiknadze**, Political Sciences PhD, Professor, Caucasus International University
- **Marzena Zakovska**, Political Science PhD, Professor, War Studies University.r

Official Reviewers:

- **David Tabatadze**, PhD in International Relations and European Studies
- **Khatuna Charkviani**, Media and Communication PhD, Professor, Caucasus International University

The defense of the thesis will be held on July 4, 2024, at 3:00 p.m., at the session of the Dissertation Council of the Political Science Doctoral Educational Program of the Faculty of Social and Humanities at the Caucasus International University.

Address: 0192, Tbilisi, Chargali Street No.73, the first building of Caucasus International University, auditorium 305.

The dissertation can be viewed in the library of the Caucasus International University.

Secretary of the Dissertation Board: Petre Mamradze, Associate Professor of the Caucasus International University.

Annotation

The discourse about propaganda in the international agenda showed the need of revision of strategic communication that has been carried out by the Kremlin after breakdown of the USSR. This communication still spreading through the network of USSR-experience-based soft power tools. These tools include connections with political actors, businessmen, NGOs and a worldwide media network, that provide propaganda support of Russian messages.

The officials of Russia consider propaganda as necessary instrument to protect national interests, but the US and European administrations consider it as high risk of threat. As a result, strategic communication in the international space is on the background of an active war of interpretations. It creates favorable conditions for internal confrontation in other countries' societies. These circumstances present more acute challenge for the post-communist countries, especially – the post-soviet 'young democracies'. Thus, we have decided to study the irreplaceable part of the asymmetric conflicts and, consequently, hybrid wars – propaganda and its impact on the small countries' policy.

According to political theorists, propaganda can have the most powerful influence through activating the fear factor. That's why it's very important to identify the impact on the political decision-make process made by propaganda indirectly, through the activation fear factor and, this way, inspiration social turmoil. For this, we study countries' political spectrum (both – internal and external actors) narratives which are deepening the fear factor (doesn't matter specially or unwittingly). We are interested in studying the nature of these narratives and the forms of societies' response to them.

The project envisages an in-depth case study of Georgia and comparisons of the results to other postcommunist (post soviet and central European) case studies. We will examine the cases and determine the propaganda background. In case of Georgia, we will distinguish harmful and useful narratives for long-term strategic development of the country. This will enable us to identify pressure that may have a negative impact on the country's national security.

We hope that the results of research will be useful for researchers of Social and Political Sciences, Security and Defense Studies, Studies of International Relations and Communication, as well as for decision-makers in Georgia or in other small countries, who constantly needs to encounter the Kremlin propaganda.