

შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ჰუმანიტარულ, სოციალურ მეცნიერებათა,
ბიზნესის და მართვის ფაკულტეტი

რევაზ ჭიჭინაძე

ტელე-კინო პროდუქცია როგორც მასობრივი მანიპულაციის საშუალება
(საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვარდების
რევოლუციამდე)

სადისერტაციო ნაშრომი

აკადემიური ხარისხის – “სოციალურ მეცნიერებათა (PhD) დოქტორი მედიის
კვლევებში” მოსაპოვებლად

ნაშრომი შესრულებულია

შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტში

სამეცნიერო ხელმძღვანელი -
ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი,
მედიისა და მასკომუნიკაციების მიმართულების
პროფესორი გიორგი ჩართოლანი
თანახელმძღვანელი -
ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი,
პროფესორი ლელა ოჩიაური

თბილისი

2014

სარჩევი

შესავალი – გვ.3

I თავი - საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიების მახასიათებლები ტელევიზიასა და კინემატოგრაფში – გვ.13

II თავი - ქართული ტელევიზია და კინო როგორც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების სუბიექტები. საქართველოს დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვარდების რევოლუციამდე – გვ.105

- მენტალური რევოლუციის მცდელობა – გვ.110
- ედუარდის გიორგად “გარდაქმნის” პროცესი (შეგარდნადის დაბრუნება) - გვ.134
- აფხაზეთის კონფლიქტი – გვ.143
- სტაბილურობიდან კეთილდღეობამდე – გვ.155
- მზადება რევოლუციისთვის – გვ.194

დასკვნა – გვ.209

შესავალი

- საკვლევი პრობლემატიკა

სანახაობითი კულტურის ვიზუალური ხელოვნების ფორმები - კინო და ტელევიზია - XX საუკუნეში აღმოცენდა და თავისი წარმოშობისთანავე იქცა საზოგადოებაზე ზემოქმედების მძლავრ საშუალებად. ეს ზემოქმედება არ იყო მხოლოდ მხატვრულ-ესთეტიკური ბუნების, რადგან მასობრივი კულტურის ამ ფორმებს შესაძლებლობა აქვს, ერთდროულად მრავალათასიანი და, ტელევიზიის შემთხვევაში, მრავალმილიონიანი აუდიტორია მოიცვას. ბუნებრივია, საზოგადოებაზე ზემოქმედების ეს ეფექტური იარაღი თავის თავში ასევე ატარებდა პოლიტიკური, სოციალური და კულტუროლოგიური პროპაგანდის უმთავრეს ფორმებს. ამან განაპირობა ისიც, რომ მთელი XX საუკუნის განმავლობაში კინოც და ტელევიზიაც ყველა ქვეყნის ხელისუფლების უმთავრესი სამიზნე იყო. ისინი სხვადასხვა ფორმებით ცდილობდნენ, ვიზუალური ხელოვნების ეს საშუალებები საკუთარი იდეურ-პოლიტიკური მისწრაფებების განხორციელებისთვის გამოეყენებინათ. ამან განაპირობა ისიც, რომ, ხშირ შემთხვევაში, კინო და ტელევიზია ქვეყნის იდეოლოგიის არა მხოლოდ წარმმართველი, არამედ წარმომშობიც კი გახდა.

მსოფლიოში საზოგადოებაზე ზემოქმედების მრავალი ფორმა წარმოიშვა და განვითარდა კაცობრიობის ევოლუციის გზაზე. ეს ფორმები სხვადასხვა ეტაპზე იცვლიდა სახეს. ყალიბდებოდა ახალი ფორმები, ახალი სახეები და ახალი სტრუქტურები, მაგრამ მათ შორის კინოს და ტელევიზიას ყოველთვის გადამწყვეტი როლი ეკავა და უკავია დღემდე.

ნაშრომში ძირეულად განხილულია:

- როგორ ტრანსფორმირდება ტელეკინოპროდუქცია მასობრივი მანიპულაციის საშუალებად;
- საზოგადოებაზე ზემოქმედების რა მეთოდები არსებობს მსოფლიოში და რა როლი უკავია კინოს და ტელევიზიას საზოგადოებრივი აზროვნების ფორმირების პროცესში;

- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიების საერთო მახასიათებლები ტელევიზიასა და კინემატოგრაფში;
- ნაშრომის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენს, გამოიკვლიოს, რა პროპაგანდისტულ ტექნოლოგიებს იყენებდნენ საქართველოში - ქართულ კინოსა და ტელევიზიაში - მეოცე საუკუნის ბოლო ათწლეულის განმავლობაში;
- რა შედეგი გამოიღო პროპაგანდისტულმა ტელეკინოპროდუქციამ ახალი საზოგადოებრივი აზროვნების დამკვიდრების პროცესში.

XX საუკუნის ბოლო ათწლეული მეტად მნიშვნელოვანი პერიოდია როგორც მსოფლიოს უახლეს ისტორიაში, ასევე ქართული სახელმწიფოს განვითარების პროცესშიც. ტოტალიტარული საბჭოთა სახელმწიფოს და მისი იდეოლოგიური მანქანის მსხვერველმა საზოგადოების აზროვნების სტრუქტურის შეცვლის აუცილებლობა განაპირობა. ნაშრომის მიზანია გაარკვიოს, რა როლი შეასრულა ამ ურთულეს პროცესებში ქართულმა კინომ და ტელევიზიამ, როგორც პროპაგანდის ერთ-ერთმა უმთავრესმა საშუალებამ.

აღსანიშნავია, რომ ამ ხასიათის ვრცელი მეცნიერული კვლევა აღნიშნულ საკითხზე დღემდე არ ჩატარებულა (რა თქმა უნდა, არის ნაშრომები, მათ შორის სადისერტაციო ნაშრომებიც, ზოგადად მედიისა და კონკრეტულად ბეჭდური მედიის შესახებ, რომლებიც ჩვენს კვლევაში გათვალისწინებულია. ასევე არსებობს ქართულ მეკვლევართა ცალკეული პუბლიკაციები, საკვლევი პერიოდის სამაუწყებლო მედიის შესახებაც). წინამდებარე ნაშრომი წარმოადგენს პირველ მცდელობას, რომელშიც განხილული და მეცნიერულად შესწავლილი იქნება ქართული კინოსა და ტელევიზიის როლი ახალი ქართული საზოგადოების აზროვნების ფორმირების პროცესში. თემის აქტუალობას ისიც განაპირობებს, რომ ქართული კინოსა და ტელევიზიის მოღვაწეობა განხილული იქნება უახლესი ქართული ისტორიული პროცესების ჭრილში. კერძოდ კი, საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ პერიოდში. ნაშრომში ასევე აღწერილია თანამედროვე მსოფლიოში არსებული საზოგადოებაზე ზემოქმედების მეთოდები და ფორმები, მოყვანილია პარალელები მსოფლიოს ცივილიზებულ სამყაროსა და პოსტსაბჭოური ქვეყნების ცხოვრებაში მიმდინარე ანალოგიურ პროცესებთან, რაც უფრო

სრულყოფილად წარმოაჩენს განსახილველი თემის აქტუალობასა და მნიშვნელობას.

ამ ნაშრომშიც ისე, როგორც ყველა არსებულ სამეცნიერო პუბლიკაციასა თუ შრომაში, რაც საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას, პროპაგანდის საშუალებით მოქალაქეებზე ზემოქმედებას ეხება, კინო, ტელევიზიასთან ერთად, განიხილება როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალება.

• სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა

იმისთვის, რომ ნათლად წარმოჩნდეს მეთოდები და ხერხები, რომელთა საშუალებითაც საქართველოში ხორციელდებოდა სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ ახალი ქართული საზოგადოებრივი აზროვნების ფორმირება, ნაშრომში შევეხებით მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით პროპაგანდის მსოფლიოში არსებულ და აპრობირებულ მეთოდებს და ტექნოლოგიებს.

თანამედროვე მსოფლიოში შემუშავებულია მასობრივი პროპაგანდის – საზოგადოებაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების მრავალი მეთოდი. ესენია: 1. ანონიმური ავტორიტეტი, იგივე ნაცრისფერი პროპაგანდა; 2. ჩვეულებრივი თხრობა, ანუ თხრობა წყნარად და საქმიანად (გულისხმობს ძალადობასთან შეგუებას, რომელიც ძირითადად გამოიყენება საომარი მოქმედებების დროს); 3. შიმშილი (ოპოზიციური ძალების მიერ მასებზე ზემოქმედების ეფექტური საშუალება); 4. დაიტირე ქურდი – საზოგადოების დეზორგანიზაცია (ეს ხერხი ლიტერატურაში აღწერილია როგორც აშშ-ის ცენტრალური დაზვერვის საყვარელი ფანდი); 5. გადაჭარბება, იგივე ინფორმაციული აფეთქება; 6. ემოციური რეზონანსი (ფართოდ გამოიყენება კინოში. იგი მასობრივი სანახაობების ერთ-ერთი განშტოებაა. აღლუმების, დემონსტრაციების, მიტინგების და ა.შ. ტრანსლირება); 7. ბუმერანგის ეფექტი (იწვევს სიმართლისთვის მებრძოლის ხატის შექმნას); 8. არწივის ეფექტი. მეთოდის დევიზია – “ახლოს (გვერდით), ნიშნავს ერთად!” (დაფუძნებულია გამოგონილ ანალოგიებზე); 9. პირველადობის ეფექტი (საზოგადოება პირველ, თუნდაც ტყუილ, ინფორმაციას უფრო იჯერებს, ვიდრე მეორეს, თუნდაც მართალს,

რომელსაც ვერ გადაამოწმებს); 10. დასწრების ეფექტი – იგივე რეალობის იმიტაცია (პრიმიტიული, მაგრამ მასებზე ზემოქმედების აპრობირებული მეთოდი); 11. ინფორმაციული ბლოკადა, იგივე პროპაგანდისტული ომი (ძირითადად გამოიყენება კონფლიქტურ ზონებში და ომის პერიოდში); 12. მედიატორები (კულუარული ინფორმაციები, ჭორები და ხელოვნების სფეროს ავტორიტეტების გამოყენება); 13. კლასიფიკატორი (კონკრეტული სიტუაციისთვის სახელის დარქმევა). 14 - კომენტარი. ეს მეთოდი. აშშ-ში ცნობილია, როგორც “მოწამლული სენდვიჩი” (დაფუძნებულია შედარებებზე); 15. ფაქტის კონსტატაცია – ჰიპნოზი; 16. ცრუ ანალოგია (ლიტერატურაში ეს მეთოდი განიხილება, როგორც სახიფათო ფსიქოლოგიური ხაფანგი); 17. უკუკავშირი (მოიცავს ინფორმაციულ პროცესებში საზოგადოების ჩართვის ილუზიას); 18. შემოვლითი გზა - ასევე ცნობილი, როგორც “ფლანგის შემოვლა” (პროპაგანდისტი იძლევა ძირითადად უტყუარ ინფორმაციებს, თუმცა ამავდროულად ეწევა, მაგალითად, ომის პროპაგანდას); 19. ყურადღების გადატანა (მკვლევოები, კატასტროფები, ტერორისტული აქტები); 20. მოწმეები – ემოციური რეზონანსის განშტოება (ამ მეთოდის განხორციელებისთვის საუკეთესო საშუალება, მაგ: ომის შემდგომ ახალგაზრდა ინვალიდები და მათზე გაკეთებული კინოფილმი, საინფორმაციო პროგრამაში მყვირალა მოხუცები და ატირებული ბავშვები); 21. ისტორიის გადაწერა (ამ მეთოდს ძირითადად იყენებენ კინოში); 22. პერსპექტივა (იაფფასიანი, მაგრამ კარგად მოქმედი მეთოდი); 23. გამეორება (“მასები არქმევენ სინამდვილეს ინფორმაციას, რომელიც უფრო ნაცნობია”, ი. პებელსი); 24. ჩანაცვლება (მეთოდი ორმაგი სტანდარტებისთვის); 25. ნახევრად სიმართლე (საბჭოთა პროპაგანდის საუკეთესო მექანიზმი); 26. კონტრასტის პრინციპი (გამოიყენება მაშინ, როდესაც სიმართლის თქმა პირდაპირ არ შეიძლება); 27. საცდელი ბურთები (საზოგადოების რეაქციის მოსინჯვა სწორი ტაქტიკის შესარჩევად); 28. ფსიქოლოგიური შოკი (სისხლიანი ტელე - კინოკადრები), რასაც თან სდევს ნებისმიერი ტიპის პროპაგანდა, რომელსაც უპრობლემოდ შეითვისებს საზოგადოება); 29. სენსაციურობა (ტყუილის გავრცელების პრიმიტიული საშუალება); 30. აქცენტების შერევა (ეფექტურია საინფორმაციო ომის დროს); 31. ასოციაციების შექმნა (ამის ნათელი მაგალითია: “ჰუსეინი

არაბულ ენაზე მოსაუბრე ჰიტლერია”); 32. საინფორმაციო ტალღის შექმნა (ყურადღების მიქცევის საშუალება); 33. პრობლემის შექმნა რაზე უნდა იფიქროს საზოგადოებამ; 34. ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები (მასობრივი შიშის დანერგვა, აქცენტის გადატანა); 35. სოციალური თანხმობა (საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა, პროპაგანდისტული კინო); 36. გადახლართული სიმართლე (სიმართლეზე დაყრდნობილი ფაქტების ერთობლიობის გადმოცემა ისე, რომ საზოგადოებაში ცალმხრივი ემოცია დაიბადოს. იყენებენ კინოში, ტელევიზიაში. ძირითადად ამ მეთოდს მიმართავენ საომარი მდგომარეობისას); 37. გამაფრთხილებელი, სათადარიგო დარტყმა. ცნობილია, როგორც საზოგადოების მხრიდან ნეგატიური “ორთქლის” გამოშვება.

მეთოდები მოცემულია “პროპაგანდის მეთოდების ენციკლოპედიაში” (“როგორ გვამუშავენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები” - ვიქტორ სოროჩენკო, ახალი რედაქცია, 2002წ). პროპაგანდის მეთოდოლოგია ასევე განხილულია სერგეი კარა-მურზას მიერ. მისი ნაშრომი “აზრით მანიპულირება” დაგვეხმარება, დეტალურად ავხსნათ, თუ როგორ ტრანსფორმირდება ტელეკინოპროდუქცია მასობრივი მანიპულაციის იარაღად. მასმედიის მიერ ადამიანთა მანიპულირების განხილვისას ნაშრომში დიდი ადგილი დაეთმო ნაცისტური გერმანიის იდეოლოგიური მანქანის განხილვას. ყურადღება გამახვილდება ადოლფ ჰიტლერისა და იოსებ სტალინის ნაშრომებსა თუ საჯარო გამოსვლებზე, აგრეთვე - ე.წ. “დიდი ტყუილის” თეორიაზე, რომელიც დღემდე მანიპულირების ერთ-ერთ მძლავრ მეთოდს წარმოადგენს. ადოლფ ჰიტლერი წიგნში “ჩემი ბრძოლა” (“Mein Kampf”) წერს: “არსებობს მარტივი გათვლა, რაც მეტად წარმოდგენელი ტყუილია, იგი უფრო დამაჯერებელი ხდება. ჩვეულებრივი ადამიანი დიდ ტყუილს უფრო იჯერებს, ვიდრე პატარას. მათ (უბრალო ადამიანებმა) იციან, რომ მცირედად თავადაც შეიძლება მოიტყუონ, თუმცა მასშტაბური ტყუილის თქმას ვერ ბედავენ. დიდი ტყუილი მათ უბრალოდ თავში არ მოუვათ. აი – მიზეზი, თუ რატომ ვერ წარმოიდგენენ მასები, რომ სხვები მზად არიან, თქვან დიდი ტყუილი, მაქსიმალურად დაამახინჯონ ფაქტები. ახსნა-განმარტების მიუხედავად, რომ ნათქვამი წარმოდგენლად დიდი ტყუილია, ხალხი მაინც განაგრძობს ფიქრს, რომ აქ მაინც არის სიმართლის მარცვალი”.

ადოლფ ჰიტლერის “Mein Kampf”-ში მასებზე ზემოქმედების ხსენებული ხერხი - “დიდი ტყუილის” გამეორების თეორია, ნაცისტური გერმანიის მთავარმა იდეოლოგმა ი. ჰებელსმა განავითარა წერილში “ჩერჩილის ტყუილების ქარხნიდან” (Aus Churchills Lügenfabrik). ჰებელსი (“დიდი ტყუილის” თეორიის თანახმად) ამტკიცებს, რომ ბრიტანელი პოლიტიკოსები იმდენად ხშირად იმეორებენ ტყუილს, რომ თავადვე სჯერათ მათ მიერ მოგონილი არარსებული ფაქტებისა. ნაცისტური გერმანიის პროპაგანდის მინისტრის სიტყვების თანახმად: “ხალხი გაცილებით პრიმიტიულია, ვიდრე მას წარმოვიდგენთ. ამიტომ პროპაგანდა უნდა იყოს მარტივი და მუდმივად მეორდებოდეს. ის, ვინც ე.წ. ინტელექტუალთა წინააღმდეგობის მიუხედავად - მარტივ ენაზე დაუსრულებლად ერთსა და იმავეს იმეორებს, აუცილებლად მიაღწევს მიზანს”, – განაცხადა ჰებელსმა ერთ-ერთი საჯარო გამოსვლისას. მასვე ეკუთვნის ცნობილი ფრაზა: “მასები არქმევენ სინამდვილეს ინფორმაციას, რომელიც უფრო ნაცნობია”.

მასობრივი მანიპულაციის მეთოდოლოგიის განხილვისას აუცილებელია გავითვალისწინოთ ნიკოლო მაკიაველის ტრაქტატი “ხელმწიფე” (“Prince”). განსაკუთრებით საყურადღებოა ლორენცო მედიჩისთვის შექმნილი ტრაქტატის XVII თავი, სადაც მაკიაველი განიხილავს საკითხს: რა არის უკეთესი – ჩანერგო მოსახლეობაში შიში თუ სიყვარული.

ნაშრომში ასევე ფართოდაა გამოყენებული სამეცნიერო ფსიქოლოგიური ლიტერატურა. მასმედიის ფსიქოლოგიურ ზემოქმედებაზე მრავალი სამეცნიერო ნაშრომი თუ პუბლიკაციაა შექმნილი. მეცნიერი რიჩარდ ჯეკსონ ჰარისი ე.წ. “სენსაციურობის” ფსიქოლოგიურ შედეგს იკვლევს და აანალიზებს ნაშრომში “მასკომუნიკაციის კოგნიტური ფსიქოლოგია” (“A Cognitive Psychology of Mass Communication” by R.J. Harris). ადამიანზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების შედეგად მნიშვნელოვანი მოვლენიდან ნაკლებად მნიშვნელოვან მოვლენაზე ყურადღების გადატანის მეთოდებს კი იკვლევს მეცნიერი ერიკ გუდი ნაშრომში “წამალი (ნარკოტიკი) ამერიკულ საზოგადოებაში” (“Drugs in American Society” by [Erich Goode](#)). ე. გუდი ნაშრომში მნიშვნელოვან ადგილს უთმობს სახელმწიფოს მმართველი ელიტისა და მასმედიის ურთიერთმიმართებებსაც.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, კვლევა თემაზე - ქართული ტელევიზია და კინო როგორც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების სუბიექტები - დღემდე არ ჩატარებულა. შესაბამისად, ნაშრომში ქართულ სამეცნიერო ლიტერატურას ვერ დავეყრდნობით, თუმცა თემაზე არსებობს მრავალი პუბლიკაცია, ისევე, როგორც - საკვლევი პერიოდის შესახებ დამუშავებული სადისერტაციო ნაშრომები პრესის მიმართულებით და ქართულ პოლიტოლოგთა კვლევები. საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვიდრე ვარდების რევოლუციამდე პერიოდის განხილვისას, ნაშრომში ასევე გაანალიზებული იქნება თემაზე შექმნილი მრავალი პუბლიკაცია და საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ გამოქვეყნებული მასალები.

• მეთოდოლოგია

სადისერტაციო ნაშრომის მომზადების პროცესში გამოყენებულია სოციალურ მეცნიერებათა, მათ შორის მედიის კვლევის, მეთოდები, რაც გულისხმობს:

1. საკვლევი თემის შესახებ არსებული თეორიული ლიტერატურის მოძიებას, ანალიზსა და დახარისხებას.

საკვლევ თემასთან დაკავშირებით მოგვეპოვება სხვადასხვა სახის თეორიული ნაშრომი. ჩვენ უმთავრესად ვხელმძღვანელობთ იმ ლიტერატურით, რომელიც არსებობს მედიის მიერ იდეოლოგიური და პოლიტიკური პროპაგანდის მეთოდების, მედიის მიერ საზოგადოებაზე ზემოქმედების ფორმებისა და საშუალებების შესახებ. აუდიტორიის შესწავლისთვის მივმართავთ სოციოლოგთა და ფსიქოლოგთა ნაშრომებსაც, სადაც კვალიფიციურად არის აღწერილი მედიის საზოგადოებაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების პროცესები. რამდენადაც კვლევა ითვალისწინებს კინოხელოვნების საზოგადოებაზე ზემოქმედების ასპექტებსაც, მისი მომზადების პროცესში გავეცანით და გამოვიყენეთ კინოს ისტორიკოსთა და თეორეტიკოსთა ის შრომები, რომლებშიც აღწერილი და გამოკვლეულია კინოხელოვნების მასობრივ აუდიტორიაზე გავლენის ფორმები, განსაკუთრებით - იდეოლოგიურ და პოლიტიკურ რაკურსში. ასევე დამუშავებულია ლიტერატურა, რომელიც ეხება ავტორიტარული და

ტოტალიტარული ეპოქების კინოხელოვნებას და საკვლევი პერიოდის (დამოუკიდებლობის აღდგენიდან “ვარდების რევოლუციამდე”) ქართულ კინოხელოვნებას.

2. მასალის სისტემატიზაცია

დისერტაციაში საკვლევი მონაკვეთის მასალა ისტორიული, ქრონოლოგიური კუთხითაა სისტემატიზებული და გაანალიზებული, რაც შესაძლებლობას გვაძლევს, საქართველოში დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვიდრე ვარდების რევოლუციამდე მიმდინარე პროცესები განვიხილოთ დინამიკაში. შესაბამისად, მეტად იოლია მოვძებნოთ თითოეულ მათგანში მიზეზშედეგობრივი კავშირები.

3. შედარებითი ანალიზის მეთოდი

კვლევის პროცესში, და განსაკუთრებით ნაშრომის თეორიული ნაწილის მომზადებაში, ეს ერთ-ერთი ყველაზე მოსახერხებელი მეთოდია, რომელსაც ჩვენ მივმართეთ. ტელეპროდუქციის და კინოპროდუქციის შედარებითი ანალიზი, ვფიქრობთ, ყველაზე ნათლად გვაჩვენებს იმ საერთო მახასიათებლებს, რაც აერთიანებს ტელემედიას და კინოხელოვნებას საზოგადოებაზე ზემოქმედების გარკვეულ ასპექტში. ესაა საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე ზემოქმედება და იდეოლოგიური თუ პოლიტიკური სისტემის პროპაგანდისტის ხელშეწყობა. ეს მეთოდი გამოყენებულია დისერტაციის თითქმის ყველა ნაწილში, განსაკუთრებით მის პირველ თავში, სადაც ვაჩვენებთ, თუ როგორი ერთიანი პრინციპით თავსდება პროპაგანდის მეთოდების კლასიკურ სქემაში როგორც ტელე-, ისე კინოპროდუქცია.

4. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები

რამდენადაც თანამედროვე საზოგადოება (რომელიც ამავედროულად წარმოადგენს ტელე- და კინოპროდუქციის მომხმარებელს) გვევლინება იმ აზროვნების სისტემისა და მენტალიტეტის მემკვიდრედ, რომელიც ტელემედიის და კინოპროდუქციის საშუალებით ჩამოყალიბდა გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან ვიდრე ვარდების რევოლუციამდე, კვლევისთვის მოვიშველიეთ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები შევადგინეთ კითხვარები, რომელთა

ანალიზის შედეგადაც მივიღეთ გარკვეული დასკვნები, თუ რამდენად იმოქმედა ტელე- და კინოპროდუქციამ საზოგადოების აზროვნების ფორმირებაზე.

5. მეორად მონაცემთა ანალიზი

ამ მეთოდის მოხმობა შესაძლებლობას გვაძლევს, კვლევაში გამოვიყენოთ და გავანალიზოთ მოსაზრებები და ნაამბობი იმ პირებისა, რომლებიც უშუალოდ მონაწილეობდნენ საკვლევი პერიოდის მიმდინარე პროცესებში. ამ პირების მიერ მოწოდებული ინფორმაცია კვლევაში არ არის დამოწმებული, როგორც პირველადი მონაცემი, რამდენადაც ეს პერსონები შესაძლოა იყვნენ სუბიექტური შეფასების მატარებლები, მაგრამ მათი შეფასებები, ვფიქრობთ, გარკვეული პროცესების ანალიზში მეტად გვეხმარება.

6. დაკვირვების მეთოდი და ემპირიული კვლევის მეთოდი

განსაკუთრებული ადგილი სადისერტაციო ნაშრომში ამ მეთოდს ეთმობა. კვლევისას შევისწავლეთ ძალზე დიდი ვიდეო- და კინომასალა, რომელიც შეიქმნა 1990-იანი წლების ბოლოს და 2000-იანი წლების დასაწყისში. ამ მასალის შესწავლა და ანალიზი არის უმთავრესი საფუძველი ნაშრომის როგორც მეორე თავის, ასევე დასკვნითი ნაწილისა.

- **კვლევის მოსალოდნელი შედეგები**

მეცნიერული დაკვირვებისა და კვლევის საფუძველზე შეჯამებულია ქართული კინოსა და ტელევიზიის მნიშვნელობა, როგორც ახალი ქართული საზოგადოებრივი აზროვნების ფორმირების მექანიზმი.

რა შედეგი მივიღეთ ათწლიანი არამიზანმიმართული, შეუთანხმებელი პროპაგანდით, რომელიც ხორციელდებოდა კონფლიქტის ზონებში (აფხაზეთი, სამაჩაბლო).

დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ სხვადასხვა პოლიტიკური ჯგუფების მიერ განხორციელებული პროპაგანდის შედეგად რამდენად პოლიტიზებულია საზოგადოება.

რა ნეგატიური და პოზიტიური როლი შეასრულა ქართულმა კინომ და ტელევიზიამ დამოუკიდებელი სახელმწიფოს მოქალაქეების აზროვნებაში.

სამეცნიერო ნაშრომი დაეხმარება როგორც მედიამკვლევრებს, ისე პრაქტიკოს ჟურნალისტებს, რათა სწორად გაიაზრონ საზოგადოებაზე ამ ფორმით ზემოქმედების მოსალოდნელი შედეგები.

ნაშრომი ასევე წაადგება მედიის ისტორიის მკვლევრებს, რადგან ეს იქნება ერთ-ერთი პირველი ფუნდამენტური კვლევა, რომელიც საქართველოს დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვარდების რევოლუციამდე ტელემედიაში მიმდინარე მოვლენებს აშუქებს.

ნაშრომი შესაძლოა იქცეს დამხმარე სახელმძღვანელოდ ჟურნალისტიკის სფეროს შემსწავლელი სტუდენტებისთვის.

მივიჩნევთ, რომ ნაშრომი შესაძლოა მნიშვნელოვანი ინფორმაციისა და დასკვნების მატარებელი იყოს ჰუმანიტარული და სოციალური სფეროს უცხოელი მკვლევრებისთვისაც.

I თავი

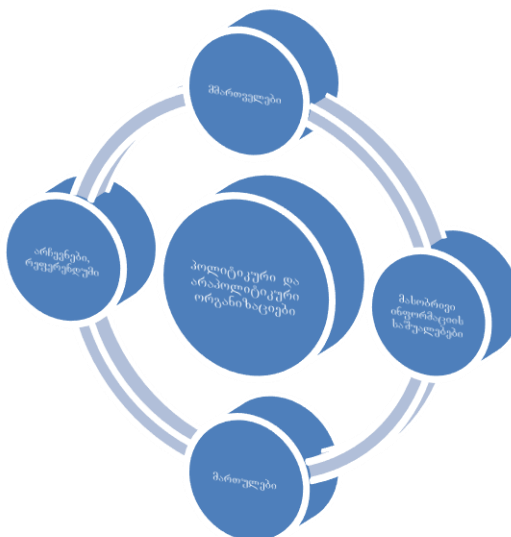
საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიების მახასიათებლები ტელევიზიასა და კინემატოგრაფში

ფართო მასებზე ზემოქმედების საშუალების მეფობელ ორ უმნიშვნელოვანეს სეგმენტს – ტელევიზიასა და კინემატოგრაფს, საერთო საფუძველი აქვს. უმთავრესი, რაც მათ აერთიანებს, არის აზრის გამოსატყვის საერთო ენა – კადრი. ორივე მათგანს იდეის გადმოცემის ეკრანული საშუალება აქვს. მათი ხერხები, ე.წ. "ეკრანული ენა", იდენტურია. ტელეგადაცემა თუ ფილმი მაყურებელზე კადრების საშუალებით ზემოქმედებს. სწორედ კადრების უწყვეტი ნაკადი ქმნის ეკრანს, მათი ცვალებადობა კი პროდუქტის მნიშვნელობას განსაზღვრავს. კადრირება, ხედი, მოძრავი კადრი, მონტაჟი... - კინემატოგრაფის მერ შექმნილი ამ ეკრანული ენით ხელმძღვანელობს ტელევიზიაც. ჯერ კიდევ XX საუკუნის 20-იან წლებში კინემატოგრაფმა დაამტკიცა, რომ მხატვრული მონტაჟის საშუალებით მაყურებლის ემოციის მართვა და მათზე ზემოქმედება შესაძლებელია. კადრირების მეშვეობით არა მხოლოდ რეალობის ასახვა, არამედ მისი განმარტებაც ხდება, რასაც სიუჟეტის განვითარების დრამატურგია და ტექსტი ემატება, ჯამში კი ტელეკინოპროდუქტი მაყურებელზე დიდ გავლენას ახდენს. მედიაშეფუთვა არაა აზრით, კინო და ტელევიზია არა მხოლოდ ქვეყნის იდეოლოგიის წარმმართველი, არამედ წარმომშობიცაა. დღეს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით შესაძლებელია ომების, რევოლუციების, სამოქალაქო უთანხმოების და ა.შ. როგორც წამოწყება, ასევე შეფერხება. ამ საქმეში მნიშვნელოვნად მონაწილეობს კინო და ტელევიზია. როგორც უკვე აღინიშნა, ამ შემთხვევაში კინო განიხილება არა როგორც სანახაობითი კულტურა, არამედ როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალება.

კინოს, ისე როგორც ტელევიზიას, ფართო მასებზე ზემოქმედების განუზომელი საშუალებები აქვს. დღევანდელ მსოფლიოში მასობრივი

ინფორმაციის ეს საშუალებები მძლავრ ფსიქოლოგიურ იარაღს წარმოადგენს. *“მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები დღეს არის იდეოლოგიის ინსტრუმენტი და არა ინფორმაციის წყარო. მთავარი მათ გზავნილებში არის იდეა, რომელსაც კონტრაბანდოდ წერგავენ ჩვენს გონებაში”*¹. სწორედ ეს “კონტრაბანდი” წარმოადგენს იმ ბერკეტს, რომლის მოსაპოვებლადც იბრძვის ბევრი პოლიტიკური ძალა. XX საუკუნეში გაჩნდა ასეთი ლოზუნგიც *“ვინც ფლობს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, ის ფლობს ძალაუფლებას”*. ამ, ისე როგორც ნებისმიერი სხვა, “ძალაუფლების” გამოყენება შესაძლებელია როგორც კეთილი, ისე ბოროტი, დამანგრეველი მიზნებისთვის. ორივე შემთხვევაში არსებობს არაერთი საკმაოდ ეფექტური და აპრობირებული მეთოდი. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები (ამ შემთხვევაში კინო და ტელევიზია) ძალაუფლების მოპოვების ერთ-ერთი ყველაზე მომხიბვლელი ფორმაა. ამ “იარაღის” მთავარი ძალა კომუნიკაციაა, რაც პოლიტიკოსებისთვის, ხშირ შემთხვევაში, გადამწყვეტია. კომუნიკაცია (ლათ. Communico - ვაკეთებ საერთოდ, ვაკავშირებ, ვურთიერთობ) წარმოადგენს ინფორმაციას, აზრს, ემოციას, გრძნობას, რომელიც გადაეცემა ადამიანიდან ადამიანს, ერთი თაობიდან მეორეს. ანუ, კომუნიკაცია საზოგადოების თანაცხოვრებაზე, ურთიერთობაზე ზემოქმედების სპეციფიკური ფორმაა. არსებობს კომუნიკაციის სამი ძირითადი საშუალება: არაფორმალური კონტაქტები, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ორგანიზაციები (ინსტიტუტები), მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები. კომუნიკაციური ანალიზის კლასიკური ფორმულა ასე გამოიყურება:

¹ კარა-მურზა ს., Манипуляция сознанием. - «Орианы». Киев, 2000.



მოცემული სქემით კიდევ ერთხელ ნათელი ხდება, რომ საზოგადოების მართვაში, კომუნიკაციის დამყარებაში ყველაზე დიდი წილი სწორედ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს უკავია. არსებობს “პოლიტიკური კომუნიკაციის” ექვსი ძირითადი ფუნქცია. ესენია:

- ✓ იდეურ პოლიტიკური ღირებულებების, პოლიტიკური ცოდნის, პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელება;
 - ✓ პოლიტიკური ურთიერთობების რეგულირება და ინტეგრაცია;
 - ✓ საზოგადოებრივი აზრის (პოლიტიკური) ფორმირება;
 - ✓ პოლიტიკური კულტურის გავრცელება, მისი განვითარება ინდივიდუუმებში;
 - ✓ პოლიტიკურ-კულტურული გაცვლა;
 - ✓ საზოგადოების მომზადება პოლიტიკურ პროცესებში ჩასართველად;
- ამ ნუსხის ყველა პუნქტი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გამოყენებას მოითხოვს. ტელევიზიისა და კინოს გარეშე თანამედროვე მსოფლიოში “პოლიტიკური კომუნიკაციის” დამყარება შეუძლებელია.

აშშ-ის პრეზიდენტმა (1963 - 1973წწ.) რიჩარდ ნიქსონმა ერთ-ერთი საჯარო გამოსვლისას განაცხადა, რომ “პროპაგანდასა და ინფორმაციაში ჩადებული ერთი დოლარი უფრო ფასეულია, ვიდრე ახალი იარაღის სისტემების შესაქმნელად ჩადებული ათი დოლარი, რადგან ახალი თაობის იარაღი

*შესაძლოა არც გამოიყენონ საქმეში, ინფორმაცია კი საათში ერთხელ ყველგან მუშაობს*².

არსებობს საზოგადოებაზე ზემოქმედების მრავალი საშუალება. “პროპაგანდის” ტექნოლოგიებს მრავალ სახელმწიფოში იყენებენ. იმისთვის, რომ ნათლად წარმოჩნდეს ის მეთოდები და ხერხები, რომელთა საშუალებითაც ხორციელდებოდა საქართველოში (სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ) ახალი ქართული საზოგადოებრივი აზროვნების ფორმირება, აუცილებელია განვიხილოთ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით პროპაგანდის მსოფლიოში არსებული და აპრობირებული მეთოდები თუ ტექნოლოგიები.

თანამედროვე მსოფლიოში ფსიქოლოგების მიერ შემუშავებულია მასობრივი პროპაგანდის – საზოგადოებაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების რამდენიმე ძირითადი მეთოდი. თითოეულ მათგანს აქვს თავისი განშტოებები. დროსთან ერთად იხვეწება ფორმები, თუმცა მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში დღემდე ყველა მეთოდს იყენებენ. ფსიქოლოგები საზოგადოებაზე ზემოქმედების ამ ფორმებს “ტვინის გამორეცხვის ფორმებსაც” უწოდებენ. ტერმინს ”პროპაგანდა” (ლათ. პროპაგანდა - გავრცელება) აქვს არაერთი განმარტება, ძირითადი მათ შორის არის:

1) მოღვაწეობის სისტემა, მიმართული ცოდნის, კულტურული ფასეულობების და სხვ. ინფორმაციის გავრცელებისაკენ. გავრცელების მიზანია გარკვეული შეხედულებების, წარმოდგენის, ემოციური მდგომარეობის ფორმირება, ასევე საზოგადოების სოციალურ თვითშეგნებაზე ზემოქმედება;

2) ფართო მასებში გარკვეული კლასის, პარტიის, სახელმწიფოს იდეოლოგიის და პოლიტიკის გავრცელება;

3) აზროვნებით მანიპულაციის მასობრივი საშუალება;

4) იაპონელები კი ტერმინ “პროპაგანდას” მხატვრულად განსაზღვრავენ – “აზრთა ომი”.

“ანონიმური ავტორიტეტი” პროპაგანდის ფორმების ენციკლოპედიაში ნუმერაციით პირველი და დღესდღეობით ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალური

² Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер». 2002. С. 120

ფორმაა. ეს არის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების შეცდომაში შეყვანის ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება. “ანონიმურ ავტორიტეტს”, ასევე “ნაცრისფერ პროპაგანდას” უწოდებენ. ეს ხერხი არაერთხელ გამოუყენებიათ სხვადასხვა მენტალიტეტის მქონე ერებზე და თითქმის ყველა შემთხვევაში მიზანი მიღწეულია. მეთოდის “ფანდი” იმაში მდგომარეობს, რომ “ავტორიტეტი”, თითქმის ყოველთვის, მართლაც, ანონიმურია. მაგალითად: “პრეზიდენტის გარემოცვის ინფორმაციით, პრეზიდენტი აპირებს. . .”, ან ასე: “მეცნიერებისა და ექსპერტების განცხადებით. . .” და ა.შ. ამგვარი ინფორმაციის მოსმენის შემდეგ, ლოგიკურია, საზოგადოებას შემდეგი სახის კითხვები გაუჩნდეს: გარემოცვის რომელი წევრი? ვინ არის ინფორმატორი? რომელი მეცნიერის ან რომელი ექსპერტის აზრით და ა.შ.? თუმცა საზოგადოება ხშირ შემთხვევაში ყოველგვარი კითხვის გარეშე იღებს მიწოდებულ ინფორმაციას. “PR”-ის ტერმინით თუ ვიტყვით, “ინფორმაცია სოლიდურობის ხარჯზე უფრო იჭმება”. ამასთან, საგულისხმოა, რომ ფსიქოლოგების დაკვირვებით, ფრაზას - “ექსპერტების განცხადებით”, გაცილებით მეტ ყურადღებას აქცევს მაყურებელი, მსმენელი, ვიდრე უბრალოდ ინფორმაციას. “ანონიმური ავტორიტეტი” შესაძლოა იყოს ნებისმიერი სფეროს, თუნდაც სამღვდელოების, წარმომადგენელი. ეს მეთოდი ნებისმიერ სიტუაციას, პროფესიას მიესადაგება. ამ ტიპის ინფორმაციები კი ამზადებს საუკეთესო ნიადაგს ე.წ. “მედიატორების” (ერთ-ერთი მეთოდი, რომელსაც ქვემოთ დეტალურად განვიხილავთ) ამუშავებისთვის. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ამ მეთოდს (ანონიმური ავტორიტეტი) “ნაცრისფერ პროპაგანდასაც” უწოდებენ. ეს ტერმინი მეთოდმა მოირგო არა მხოლოდ იმიტომ, რომ ავტორიტეტი ანონიმურია, არამედ იმიტომაც, რომ ასეთი ინფორმაციის გადამოწმება შეუძლებელია. მეტიც, ჟურნალისტს სურვილის შემთხვევაში (ან ვინმეს დავალებით) უპრობლემოდ შეუძლია, ამა თუ იმ ინფორმაციას დააყოლოს ფრაზა “ექსპერტები თვლიან, რომ. . .” და მას ამისთვის არც ერთ ქვეყანაში სამართლებრივ პასუხს არავინ მოსთხოვს. ეს არის საზოგადოების შეცდომაში შეყვანის უიოლესი ფორმა. თუ საინფორმაციო საშუალებები არ ასახელებენ ექსპერტების, მეცნიერების და ა.შ. სახელებს ან ასოციაციებს, ეს იმას ნიშნავს, რომ, როგორც წესი, ასეთები არ არსებობენ და ეს მხოლოდ და მხოლოდ ე.წ.

“ნაცრისფერი პროპაგანდა”. ამ მეთოდს როგორც საქართველოში, ასევე საზღვარგარეთ ფართოდ იყენებენ, თუმცა ხშირად აჭარბებენ კიდევ - “ანონიმურ ავტორიტეტად” მოჰყავთ ისეთი ორგანიზაციები, როგორებიცაა პარლამენტი, კონგრესი და ა.შ.

იმის მიუხედავად, რომ “ანონიმური ავტორიტეტი”, იგივე “ნაცრისფერი პროპაგანდა”, იაფფასიან მეთოდად ითვლება, მნიშვნელოვანია ის, რომ, მას არა მარტო ე.წ. “ყვითელი პრესა”, არამედ სოლიდური ტელეარხების ჟურნალისტებიც საკმაოდ ხშირად იყენებენ.

“ანონიმური ავტორიტეტის” განხორციელება ასევე მარტივია კინოში. მით უფრო, რომ მხატვრულ კინოს, ტელევიზიისაგან განსხვავებით, არ აქვს უტყუარი ინფორმაციის გადმოცემის არც ვალდებულება და არც პრეტენზია. დღეს ამ მეთოდს ხშირად იყენებენ (ძირითადად ჰოლივუდის პროდუქციაში). “ნაცრისფერი პროპაგანდის” გამოყენება განსაკუთრებით იოლია ისტორიულ მოვლენებზე გადაღებული მხატვრული ფილმების საშუალებით, რისი ერთ-ერთი ნათელი მაგალითია ჰოლივუდში რეჟისორ ოლივერ სტოუნის მიერ 1991 წელს გადაღებული ფილმი “ჯონ ფიცჯერალდ კენედი”. ამ ფილმი მთლიანად (და არა მხოლოდ ცალკეული ეპიზოდი) შეიძლება განვიხილოთ, როგორც “ნაცრისფერი პროპაგანდის” ნიმუში.

ფილმი ეძღვნება პრეზიდენტ კენედის მკვლელობის გამოძიებას. მისი სიუჟეტი ასე ვითარდება: ახალგაზრდა იურისტი, რომლის როლს ჰოლივუდის ვარსკვლავი კევინ კოსტნერი ასრულებს, თავიდან იწყებს ამერიკის პრეზიდენტის მკვლელობის გამოძიებას. ჩადის დალასში, ატარებს ცდებს, იკვლევს, შეესაბამება თუ არა ოფიციალური დასკვნა სინამდვილეს. ახალგაზრდა გამომძიებელს ეჭვი უჩნდება, რომ ამერიკის ფედერალური ბიუროს მიერ წარმოდგენილი დასკვნა ფიქციურია. მის ეჭვს ადასტურებენ ექსპერტ-ბალისტიკოსები. ჩატარდება არაერთი ცდა, რის შედეგადაც გაირკვევა, რომ პრეზიდენტი კენედი ოსვალდს არ მოუკლავს...

ამერიკული კინოს ამ პროდუქციაზე საუბრისას საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ ფილმში გამოყენებულია პრეზიდენტის მკვლელობის ამსახველი დოკუმენტური კადრები.

ფილმის ეკრანებზე გამოსვლას მოჰყვა სკანდალი. აშშ-ის მოსახლეობის დიდმა ნაწილმა (განსაკუთრებით ახალგაზრდობამ), მიიჩნია, რომ ეს ფილმი გადაღებულია დოკუმენტურ მასალებზე დაყრდნობით და, რომ ამერიკის პრეზიდენტის ჯონ ფიცჯერალდ კენედის მკვლელობის კვალს აშშ-ის ფედერალურ ბიურომდე მივყავართ. ეს ეფექტი ბევრმა ფაქტორმა განაპირობა. პირველ ყოვლისა, პრეზიდენტ კენედის მკვლელობის შესახებ მოთხრობილ ვერსიას დამაჯერებლობა შემატა მთავარი როლის შემსრულებელმა მსახიობმა. კევინ კოსტნერი ამერიკელთათვის იმ რანგის ვარსკვლავია, რომ მისი მონაწილეობით ამ ტიპის, ისტორიულ მასალებზე დაყრდნობილ ფილმში, გმირის სიმართლე უმრავლესობამ დაუფიქრებლად ირწმუნა. შესაბამისად, კევინ კოსტნერი გამომძიებელი - თავად გახდა “ანონიმური ავტორიტეტი”. ამას თან ერთვის პრეზიდენტ კენედის მკვლელობის ამსახველი ქრონიკალური კადრები, ასევე ბალისტიკოსები, ექსპერტები, რომლებიც ადასტურებენ გამომძიებლის ვერსიას, რაც ფილმს მეტ დამაჯერებლობას მატებს. კევინ კოსტნერის მსგავსად, ბალისტიკოსებიც ასევე წარმოადგენენ ე.წ. “ანონიმურ ავტორიტეტს”.

ფილმის რეჟონანსი იმდენად დიდი იყო, რომ აშშ-ის ფედერალური ბიუროს წარმომადგენელი ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ გადაცემაში – “ლარი კინგის შოუში” ამტკიცებდა, რომ ეს ფილმი არ არის აგებული რეალურ ფაქტებზე და, რომ ამერიკის პრეზიდენტის მკვლელობაში ფედერალურ ბიუროზე ეჭვის მიტანა უსაფუძვლოა. თუმცა ეს ტელეგანმარტებები საკმარისი არ აღმოჩნდა იმისთვის, რომ აშშ-ის მოსახლეობას აზრი შესცვლოდა. რამდენიმე თვეში სწორედ აშშ-ის (სახელმწიფოს) დაკვეთით გაკეთდა ფილმი, რომელიც ასახავდა პრეზიდენტ კენედის მკვლელობას. ამ ფილმს რეგულარულად აჩვენებდნენ პოპულარულ ტელეარხზე “Discovery”. აქაც აღსანიშნავია, რომ ტელეარხი არ იყო შემთხვევით შერჩეული. ხსენებული მაუწყებელი ძირითადად ფოკუსირებულია სატელევიზიო, დოკუმენტურ ფილმებზე, რაც რეალურ სამეცნიერო მიღწევებს, რეალურ ისტორიულ ფაქტებს, სიღრმისეულ კვლევასა და ანალიზს ეყრდნობა. შესაბამისად, მაუწყებლის ინფორმაციის ნდობაც საზოგადოებაში მაღალია. სავარაუდოა, რომ ტელეარხი სწორედ ამ მიზეზით შეირჩა. ფილმში გაკრიტიკებულია მხატვრული ფილმი “JFK” (“ჯონ ფიცჯერალდ

კენედი”) და ძირითადი აქცენტი კეთდება იმაზე, რომ ამ ფილმში მოყვანილი ფაქტები არ არის რეალობა, რომ ეს უბრალოდ მხატვრული კინოა, რომელიც თავისუფალია ისტორიული ფაქტების ინტერპრეტაციისას.

არავის განუმარტავს, რატომ გაკეთდა ასეთი ინტერპრეტაცია, იყო თუ არა ეს ფილმი შექმნილი აშშ-ის ფედერალური ბიუროსთვის ჩრდილის მისაყენებლად. თუმცა ფაქტი ერთია, - დღემდე აშშ-ის მოსახლეობის დიდი ნაწილი (არაერთი განმარტების მიუხედავად) მიიჩნევს, რომ ფილმში “JFK” (“ჯონ ფიცჯერალდ კენედი”) მოყვანილი ფაქტები რეალობას შეესაბამება.

“ჩვეულებრივი თხრობა” პროპაგანდის მეორე ფორმაა - ანუ “თხრობა წყნარად და საქმიანად”, რაც ძალადობასთან შეგუებას გულისხმობს. ეს არის ხერხი, რომლის განხორციელების შემდეგ საზოგადოება მშვიდად ხვდება ნებისმიერი ნეგატიური ხასიათის მატარებელ ინფორმაციას. მეთოდი “წყნარად და საქმიანად” გამოიყენება იმ შემთხვევაში, როდესაც საჭიროა მოსახლეობის შეგუება სისხლთან, ძალადობასთან, მკვლელობასთან და ა.შ.

ტელევიზიის საშუალებით ზემოხსენებული მეთოდის განხორციელების ერთ-ერთი ფორმა ასეთია: საინფორმაციო სამსახურის გაწონასწორებული წამყვანი ინდიფერენტული გამომეტყველებით ყოველდღიურად (ინფორმაციათა წარდგინების რიგში მესამე ან მეოთხე ინფორმაციად) აწვდის მაყურებელს ინფორმაციას საზარელი მკვლელობების, ძალადობის შესახებ (კრიმინალური ქრონიკა). ასეთი ინფორმაციის ყოველდღიურად მიღების, ანუ “საზოგადოების დამუშავების” შემდეგ, რამდენიმე კვირაში, დგება ე.წ. “შეჩვევის ფსიქოლოგიური ეფექტი” და მოსახლეობა მძაფრად აღარ რეაგირებს მასობრივ მკვლელობებსა და ძალადობაზე.

ამ ხერხს ჩილეში სახელმწიფო გადატრიალების დროს (1973წ.) მიმართეს. იმ პერიოდში აუცილებელი იყო, ჩილეს მოსახლეობას უშფოთველად აღექვა ის მეთოდები, რომლებსაც პინოჩეტის სპეციალური დანიშნულების რაზმები იყენებდნენ. ისტორიის მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, ამ მეთოდმა ჩილეს საზოგადოებაზე შესაბამისად იმოქმედა. მართალია, იყო დიდი უკმაყოფილება, განცდა, ემოცია, მაგრამ მიუხედავად ამისა, საზოგადოებაში პინოჩეტის სპეცდანიშნულების რაზმების მოქმედებას ძლიერი შოკი არ გამოუწვევია.

მეთოდს - “წყნარად და საქმიანად” იყენებენ მაშინაც, როდესაც ძალოვანი სტრუქტურები ოპოზიციურ საპროტესტო მიტინგებს არბევენ. მაგალითად: მრავალათასიანი მიტინგი სპეცდანიშნულების რაზმმა ხელკეტებისა და ცრემლსადენი აირის გამოყენების მეშვეობით დაშალა. ნაცემია უამრავი ადამიანი, მათ შორის ქალები, ბავშვები და მოხუცები. მეორე დღეს კი საინფორმაციო სამსახურის წამყვანი ჩვეულად უემოციოდ, ინდიფერენტულად, შესაბამისი ინტონაციის გარეშე (ეს აუცილებელი ფაქტორია) აცხადებს: ოპოზიციამ ჩაატარა მორიგი საპროტესტო აქცია, სამართალდამცავი ორგანოების წარმომადგენლები იძულებულნი იყვნენ, ქალაქში წესრიგის დამყარების მიზნით, ძალის გამოყენებით დაეშალათ აქცია. საზოგადოებრივი წესრიგის დარღვევის გამო, დაკავებულია რამდენიმე აქტივისტი და არსებული კანონმდებლობის თანახმად მათ წინააღმდეგ აღძრულია სისხლის სამართლის საქმე...

ინფორმაციის ასეთი ხერხით გავრცელება შესაძლებლობას აძლევს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, შეინარჩუნოს მოვლენების ობიექტური გაშუქების ილუზია. იმავდროულად, ეს მეთოდი მომხდარის მნიშვნელობის ნიველირებას ახდენს. მრავალათასიან აუდიტორიას უქმნის შთაბეჭდილებას, რომ მომხდარი ნაკლებად მნიშვნელოვანია, რომ საპროტესტო აქცია ვერ შედგა და ეს ფაქტი განსაკუთრებული ყურადღების, მით უფრო საზოგადოებრივი შეფასების საგანი არ უნდა გახდეს.

საზოგადოების ძალადობასთან, მკვლელობასთან, სისხლთან შეგუების საუკეთესო საშუალებას კინო წარმოადგენს. ყოველდღიურად, ძალადობის ამსახველი სხვადასხვა ფილმის ყოველგვარი შეზღუდვის გარეშე ჩვენება საზოგადოებას ძალადობისადმი გულგრილს, შემგუებლურს ხდის. საქართველოში, ისე როგორც მრავალ სხვა ქვეყანაში, ასეთ ფილმებზე წლების განმავლობაში ასაკობრივი ან სხვა რაიმე ტიპის შეზღუდვა არ არსებობდა. ზოგადად, ასაკობრივი ბარიერის დაწესება, გასაშვებად განკუთვნილი საეთერო დროის შეზღუდვა სწორედ იმ მოტივით ხორციელდება, რომ საზოგადოებისთვის ძალადობა, მკვლელობა, სისხლი და ა.შ. არ გახდეს ჩვეული სანახაობა. არ მოხდეს “შეჩვევის ფსიქოლოგიური ეფექტი”.

ხშირად (განსაკუთრებით მოზარდებში) ამა თუ იმ ფილმის ზემოქმედების შედეგად ახალგაზრდა მაყურებელს უვითარდება მოთხოვნილება, თავად გახდეს მოძალადე. არაერთი ფაქტია დაფიქსირებული იმის შესახებ, თუ როგორ ნეგატიურად მოქმედებს ე.წ. მძაფრსიუჟეტური ფილმი მოზარდის ფსიქიკაზე. არის შემთხვევები, როდესაც სკოლის მოსწავლეს უხნდება სურვილი, ცხელი ან ცივი იარაღით დაედევნოს პედაგოგს, კლასელს, ან ააფეთქოს სკოლა და ა.შ. ასეთი შემთხვევები არაერთხელ მომხდარა ისეთ განვითარებულ ქვეყნებშიც, როგორიცაა აშშ, გერმანია, ინგლისი და ა.შ.

“შიმშილი” – ელექტორატზე ემოციური გავლენისა და ხელისუფლებაზე ფსიქოლოგიური წნეხის განხორციელების მეთოდია. ეს ფანდი მხოლოდ ტელევიზიის საშუალებით არ ხორციელდება, თუმცა კომუნიკაციის საშუალების გარეშე თანამედროვე მსოფლიოში პროპაგანდის, მასებზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების არცერთი ფანდი არ იმოქმედებს.

“შიმშილი” ასე ხორცი ელდება: წინასწარ უნდა შეირჩენ კარგი ფიზიკური მონაცემების მქონე, ჯანმრთელი ახალგაზრდები (დაინტერესებული მხარე ძირითადად მათ კარგად უხდის), რომლებიც გარკვეული მოთხოვნით იწყებენ ე.წ. **“შიმშილით მკურნალობის კურსს”**. მათ ჯანმრთელობას საფრთხე არ ემუქრება. უფრო მეტიც, **“შიმშილით მკურნალობა”** გარკვეული დაავადებების აღმოსაფხვრელად ეფექტური საშუალებაა და მას ხშირად მიმართავენ ავადმყოფები. ეს სპექტაკლი აუცილებელია დაიდგას საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებსა თუ სახელმწიფო დაწესებულებებში.

ეს ხერხი, როგორც აღვწერეთ, მარტივად განსახორციელებელია, თუმცა მას ეფექტი არ ექნება, თუ ამ ავანტიურაში არ ჩაერთო ტელევიზია. საინფორმაციო საშუალებებს აქვს შესაძლებლობა, ასეთ სიტუაციაში ატეხოს ძლიერი **“აუიოტაჟი”** მოვლენასთან დაკავშირებით, საპროტესტო შიმშილობა აქციოს მსოფლიოს უმთავრეს მოვლენად. ასეთი რამ არაერთხელ განხორციელდა როგორც საქართველოში, ასევე მსოფლიოს მრავალ სხვა ქვეყანაში.

საინფორმაციო საშუალებებში ძირითადი აქცენტი კეთდება იმაზე, რომ მოქმედი ხელისუფლება მოძალადეა. რეჟიმს არაადამიანურ მოპყრობაში

ადანაშაულებენ და ა.შ. იმ შემთხვევაში, თუ “შიმშილის” (თუ იგი პროფესიულ დონეზე ხორციელდება) დაწყებისთანავე მოშიმშილეებისა და მედიის მოქმედება კოორდინირებულია, ამ ფანდის წინააღმდეგ გალაშქრება პრაქტიკულად შეუძლებელია. ეს არის შემთხვევა, რომელსაც მთავრობა ვერანაირად ვერ დატოვებს რეაგირების გარეშე. ხელისუფლება იძულებულია, გარკვეული პასუხი გასცეს “მებრძოლებს” და ნაწილობრივ მაინც დააკმაყოფილოს მათი მოთხოვნები. ასე რომ, პოლიტიკური ბრძოლის ეს ხერხი ძალას მხოლოდ იმ შემთხვევაში იძენს, როდესაც “საქმეში” ტელევიზიაა ჩართული.

თუ ტელევიზიას აკონტროლებს ხელისუფლება, “შიმშილი” ფართო საზოგადოებისთვის პრაქტიკულად შეუმჩნეველი ხდება, ან, უკეთეს შემთხვევაში (თუ ქვეყანა დემოკრატიულ პრინციპებს თუნდაც ფორმალურად აღიარებს), იგი ტელევიზიით გაშუქდება მეთოდით “წენარად და საქმიანად”. ამ შემთხვევაშიც “შიმშილს” (თუნდაც ის არ იყოს დადგმული ფანდი) საზოგადოებაში განსაკუთრებული რეზონანსი არ ექნება. აქვე აღსანიშნავია, რომ “შიმშილი” არის პროპაგანდის ის გამონაკლისი მეთოდი, რომელშიც კინო არ მონაწილეობს.

“დაიჭირე ქურდი” – ამ ხერხის მიზანია, დააბნიოს ფართო საზოგადოება და შეერიოს მოწინააღმდეგეს. ამ მეთოდს “საზოგადოების დეზორგანიზაციასაც” უწოდებენ. სხვადასხვა სამეცნიერო ლიტერატურაში აღწერილია, რომ ეს აშშ-ის ცენტრალური დაზვერვის ბიუროს საყვარელი ფანდია. 1970-იან წლებში, როდესაც აშშ-ის ცენტრალურ დაზვერვას უ. კოლბი ხელმძღვანელობდა, სხვადასხვა პოლიტიკურმა თუ საზოგადოებრივმა ორგანიზაციამ ცენტრალური დაზვერვის დისკრედიტაცია დაიწყო. ამ ორგანიზაციას ტერორიზმში, მკვლევლობებში, აფეთქებებში, მთავრობების გადატრიალებაში, ნარკობიზნესსა და აგენტურული ოპერაციების ჩაგარდნაში ადანაშაულებდნენ. ამ სიტუაციაში ცენტრალური დაზვერვის მმართველობამ, უ. კოლბის ხელმძღვანელობით, გადაწყვიტა, თავად ესაუბრა ორგანიზაციის საიდუმლო ქმედებებსა და ოპერაციებზე. მათ თვითლუსტრირება მოახდინეს, რითიც გაუსწრეს კიდევ ნეგატიურად განწყობილი ორგანიზაციების თავდასხმებს. ამერიკელ

პოლიტოლოგთა აზრით, უ. კოლბის მიერ გამოყენებულმა სწორედ ამ მეთოდმა გადაარჩინა აშშ-ის ცენტრალური დაზვერვის ბიურო დაშლისაგან.

ბრძოლა ცენტრალური დაზვერვის გადასარჩენად მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით მიმდინარეობდა. ბუნებრივია, მასში ჩართული იყო ტელევიზია. გაიმართა არაერთი “შოუ” ამ თემაზე, თუმცა ამერიკულმა კინოპროდუქციამ არანაკლები როლი ითამაშა ცენტრალური დაზვერვის იმიჯის გასამყარებლად. 1970-იან წლებში გაჩნდა არაერთი ფილმი, რომელიც ასახავს, როგორ არის აშშ-ის ცენტრალური დაზვერვის ქსელი გაშლილი მთელ მსოფლიოში, რამდენი საიდუმლო ორგანიზაცია ეკუთვნის მას, როგორ აქტიურად არის ჩართული სხვა ქვეყნების პოლიტიკურ ცხოვრებაში, რა ახლო კავშირი აქვთ მათ ე.წ. ნარკობარონებთან და ა.შ.

1970-იან წლებში გადაღებულ ამ ტიპისა და ასეთი სიუჟეტის მქონე ყველა ფილმში გატარებულია ერთი ხაზი – დიახ, ცენტრალურ დაზვერვას აქვს საეჭვო კავშირები, შესაძლოა მათ “ქილერებს” დაუკვეთონ ამა თუ იმ ადამიანის მკვლელობა, თვალი დახუჭონ ნარკობიზნესზე და ა.შ., მაგრამ ყოველივე ეს კეთდება ამერიკელი ხალხის უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობისთვის.

პროპაგანდის ამ მეთოდის გამოყენების შედეგად, აშშ-ის ცენტრალური დაზვერვის თემაზე ჰოლივუდის მიერ შექმნილი თითქმის ყველა ფილმის ნახვის შემდეგ კანონმორჩილი ამერიკელი (იმის მიუხედავად, რომ მისი სახელმწიფო სტრუქტურა ხშირად კანონს არღვევს) უფრო მშვიდად დაიძინებს, რადგან მისი სახელმწიფო ყველა მეთოდით ცდილობს, დაიცვას საკუთარი მოქალაქეების სიმშვიდე.

ცენტრალური დაზვერვის უძლეველობის მითი შეირყა 11 სექტემბრის ცნობილი მოვლენების შემდეგ. დაუცველობის განცდას მოჰყვა ომი ერაყში. 2005 წელს კი, 1970-იანი წლების მსგავსად, თავიდან აგორდა კამპანია აშშ-ის ცენტრალურ დაზვერვის წინააღმდეგ. გაჩნდა ინფორმაცია სხვადასხვა ადგილას არსებული საიდუმლო ციხეების შესახებ და ა.შ. აშშ-ის ხელისუფლებამ კი ნაცად ხერხს მიმართა.

“დაიჭირე ქურდი” – ამ მეთოდს სახელმწიფო მიმართავს მაშინაც, როდესაც სამართალდამცველებს სპეცოპერაცია (მაგ. მაფიის წინააღმდეგ)

უვარდებათ ან - პოლიტიკის მხრიდან მსხვერპლით სრულდება. დემოკრატიულ ქვეყანაში ამ ფაქტის დამალვა ვერ ხერხდება, ამიტომ ხელისუფლებას ურჩევნია, თავად განაცხადოს მარცხის შესახებ. ამ შემთხვევაში ინფორმაცია ისე უნდა მიეწოდოს საზოგადოებას, რომ აქცენტი გაკეთდეს არა ცუდად დაგეგმილ სპეცოპერაციაზე, არამედ ბოროტმოქმედებზე, რომლებიც თავიანთი საქციელით საზოგადოების დეზორგანიზებას ცდილობენ. ასეთი ფანდის გამოყენების შედეგად მოსახლეობის რისხვა არა სამართალდამცველების, არამედ ბოროტმოქმედებისაკენ იქნება მიმართული.

“გადაჭარბება” იგივე “ინფორმაციული აფეთქება” – ეს მეთოდი გამოიყენება მაშინ, როდესაც საჭიროა, აქტუალობა დაუკარგო თემას ან გამოიწვიო საზოგადოების ნეგატიური რეაქცია რაიმე მოვლენისა თუ ადამიანის მიმართ. ფანდის იდეა იმაში მდგომარეობს, რომ საზოგადოებაში მოწინააღმდეგის შესახებ ნეგატიურ რეაქციას მისი გამუდმებული (საჭირო, თუ უადგილო) ქებით იწვევ.

მეთოდის განხორციელების აუცილებელი პირობა ისაა, რომ ტელევიზია უნდა იყოს ამ ხრიკის განხორციელების მონაწილე. ამა თუ იმ მოვლენის, პიროვნების გამუდმებული ქება მალევე იწვევს მაყურებლის გაღიზიანებას. მეთოდს მომხიბვლელს ხდის ის, რომ ამ კამპანიის ორგანიზატორების გამოვლენა და მათი დადანაშაულება ბოროტ განზრახვაში საკმაოდ ძნელია.

“გადაჭარბების” გამოყენება ეფექტურია მაშინ, როდესაც მიმდინარეობს შიდასახელისუფლებლო ან შიდაპარტიული დაპირისპირება. თუ ასეთი რამ ხდება “გადაჭარბების” საშუალებით (თუ ის პროფესიულად განხორციელდა), იოლია თანამებრძოლის გზიდან ჩამოშორება თან ისე, რომ საზოგადოების თვალში “გადაჭარბების” ავტორი არ აღიქმება პიროვნებად, რომელმაც “მეგობარს” ზურგიდან შეუტია. მეტიც, სწორედ ეს პიროვნება (მეთოდის განმხორციელებელი) ითვლება დაზარალებულად, რადგან სწორედ ის აქებდა მოვლენას, პიროვნებას, რომელიც საზოგადოებამ შეიძულა.

როგორც აღვნიშნეთ, ამ მეთოდის განხორციელებისთვის აუცილებელია, მოკავშირე იყოს ტელევიზია, თუმცა სრული წარმატებისთვის კინოპროდუქციის დახმარებაცაა საჭირო. კინოს როლი ამ შემთხვევაში, მართალია, შეზღუდულია,

თუმცა მეტად მნიშვნელოვანი, განსაკუთრებით კი არჩევნების პერიოდში. ხშირია, როდესაც წინასაარჩევნოდ პოლიტიკური ლიდერის შესახებ მზადდება მხატვრულ-დოკუმენტური ფილმი. სწორედ აქ არის შესაძლებელი “გადაჭარბების” გამოყენება და უადგილო ქება თანამებრძოლის გზიდან ჩამოშორების მიზნით.

ასეთ მეთოდს სხვადსხვა ჯგუფი ხშირად მიმართავს. მაგალითად, გარკვეული საპარლამენტო ჯგუფი ტელევიზიით ინტენსიურად (ხშირად უადგილოდ) აქებს პრემიერმინისტრს. ამას ემატება მხატვრულ-დოკუმენტური ფილმი პრემიერის მოღვაწეობის შესახებ, რომელშიც მის საქმიანობას აშკარად გადაჭარბებულად აქებენ. შედეგად - მოსახლეობა არა მაქებარზე, არამედ პრემიერზე ღიზიანდება. პრეზიდენტი იძულებულია გადახედოს საკადრო პოლიტიკას (რადგან ხელისუფლების რეიტინგი მოსახლეობაში ეცემა) და პრემიერს სხვა პოსტი შესთავაზოს. საპარლამენტო ჯგუფის თავკაცს კი, როგორც პრემიერის თანამებრძოლს, დიდი შანსი აქვს, პრეზიდენტმა პრემიერის პოსტზე წარადგინოს.

ამ მეთოდს პოლიტიკური ბრძოლისას ხშირად მიმართავენ. “გადაჭარბების” ხიბლი ისაა, რომ პროპაგანდის ამ მეთოდის გამოყენებაში დადანაშაულება, მიხედვით, რომ ხაფანგი დაგებულია, ძალიან რთული, პრაქტიკულად, შეუძლებელია. ასევე რთულია ამ მეთოდს წინ აღუდგე, რადგან საწყის (ხშირად - არა მარტო საწყის, არამედ ბოლო) ეტაპზე, პრაქტიკულად, ვერაფერს ხედება, რომ ქება მის წინააღმდეგ არის მიმართული.

“ემოციური რეზონანსი” – ეს მეთოდი ფართოდ გამოიყენება კინოში. იგი მასობრივი სანახაობების ერთ-ერთი განშტოებაა, რაც აღლუმების, დემონსტრაციების, მიტინგების და ა.შ. ტრანსლირებას გულისხმობს.

“პროპაგანდის” ერთ-ერთი უმთავრესი წესის მიხედვით: *“პირველ რიგში, საჭიროა მივმართოთ არა გონებას (ტვინს), არამედ მივუახლოვდეთ ადამიანის გრძნობებს”*. ადამიანს, რომელსაც უამრავი პროპაგანდისტული ინფორმაცია მიეწოდება, აქვს თვითდაცვის უნარი. ამ დროს პიროვნება იწყებს მოწოდებული ინფორმაციის კონტრარგუმენტების ძიებას. თუ ცნობიერებაში ეს დამცავი მექანიზმი ამუშავდა, პროპაგანდისტულ მოწოდებებს აზრი ეკარგება.

კონტრარგუმენტების მიუხედავად, ადამიანი მას ისხლიტავს. სწორედ ასეთ შემთხვევაში (თავდაცვის მექანიზმის მიუხედავად) მოქმედებს მეთოდი – “ემოციური რეზონანსი”. გრძნობებზე მოქმედება ეპიდემიის მსგავსად ვრცელდება.

ფართო მასებზე ზემოქმედების ასეთი მეთოდი უძველესი დროიდან გამოიყენება. მათ საფუძვლად უდევს “სოციალური ინდუქციის” ფენომენი. ფანდი ემყარება თეორიას, რომლის მიხედვითაც ცნობილია, რომ ჩვენ მიერ განცდილი ემოციები და გრძნობები სოციალური წარმოშობისაა, ამიტომ შესაძლებელია ასობით და ათასობით ადამიანში ერთდროულად გაჩნდეს და დიდი “ემოციური რეზონანსი” გამოიწვიოს. ე.წ. “ემოციური დაინფიცირება” შესაძლებელია მოხერხდეს ხალხის დიდ მასაში (მაგალითად, როკონცერტზე), სადაც შეკრებილ საზოგადოებას არ აკავშირებს საერთო მიზანი. ემოციური რეზონირების შედეგად შეკრებილი ხალხი წარმოადგენს ბრბოს, რომლის მართვაც ძალზე იოლია. ადამიანის საქციელი ბრბოში არაერთ მეცნიერს აქვს განხილული. არსებობს ბევრი ურთიერთგამომრიცხავი და ძალზე საინტერესო ჰიპოთეზა, თუმცა ყველა წყარო მიუთითებს იმაზე, რომ ადამიანს, რომელიც ბრბოს ნაწილი ხდება, მხოლოდ ემოცია მართავს. ამ დროს ადამიანი კარგავს ინტელექტს, პასუხისმგებლობას და მართვადი ხდება. ამ მდგომარეობის გამძაფრება შესაძლებელია თეატრალური დადგმებით, მუსიკით, განათებით, სპეცეფექტებით და ა.შ.

თანამედროვე მსოფლიოში “ემოციური რეზონანსის” გამოწვევა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ერთ-ერთი ძირითადი დანიშნულებაა. “ემოციური რეზონანსის” გავრცელება იოლია საინფორმაციო საშუალებების, გასართობი შოუპროგრამების და ა.შ. მეშვეობით. *“მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები ყოველთვის ცდილობენ გამოიწვიონ ფართო აუდიტორიაში ძლიერი ემოცია და თუ აუცილებლობა მოითხოვს, ამ ემოციით საზოგადოება კრუნხვამდე მიჰყავთ”*³. ტელევიზია ყოველთვის ცდილობს, “ემოციურად შეეწყოს სიტუაციას”. მაგალითად: საინფორმაციო პროგრამის წამყვანები ინტონაციას ინფორმაციის სიმძაფრის მიხედვით ცვლიან, რასაც მაყურებელი თუ მსმენელი მსუბუქად

³ Сороченко В., "Как нас обрабатывают СМИ", политики и реклама, стр 11, 2005г.

გადაჰყავს ერთი (სამწუხარო) ინფორმაციიდან მეორე (სამხიარულო) ინფორმაციაზე. წამყვანის დამოკიდებულების ცვალებადობის მიხედვით (თუ ის პროფესიონალია) ფორმირდება ფართო აუდიტორიის ემოციური დამოკიდებულება ამა თუ იმ საკითხის, მოვლენის მიმართ. კვლევების მიხედვით ცნობილია, რომ საინფორმაციო ან სხვა რომელიმე პროგრამის პოპულარულ ტელეწამყვანს მაყურებელი საკუთარი ოჯახის წევრად აღიქვამს. ემოცია კი ყველაზე იოლად სწორედ ოჯახის წევრებს შორის გადადის. მაგალითად, თუ ერთ-ერთი მეუღლე ცუდ ხასიათზეა, ეს მეორეზედაც აუცილებლად აისახება ისე, როგორც შვილი ეწეობა დედის ხასიათს და ა.შ. ანუ - ტელეწამყვანს თავისუფლად შეუძლია, აკონტროლოს ფართო საზოგადოების ემოციური მდგომარეობა; ინფორმაციის დასრულებისას განსაზღვროს, რა ხასიათზე, განწყობაზე დარჩება მაყურებელი. ამ მეთოდით შესაძლებელია მოსახლეობაში ბედნიერების, სიამაყის, ბრაზის, გულისწყრომის, დეპრესიის, აღშფოთების და ა.შ. მეთოდურად ჩანერგვა.

“სიტუაციასთან ემოციური შეწყობის” გარდა არსებობს “ემოციური რეზონანსის” გამოწვევის სხვა ხერხებიც. ერთ-ერთი ასეთი “გრადაციაა”. ტელეწამყვანის ამოცანა ის არის, რომ თანდათან გაზარდოს დაძაბულობა. მაგალითად, შესაძლოა ეკრანიდან მოვისმინოთ შემდეგი: ჩვენი მოსახლეობა ითმენდა, დიდხანს ითმენდა! ძალიან დიდი ხნის განმავლობაში ჩვენ ვითმენდით შიმშილს, გაჭირვებას, დამცირებას! ჩვენ დიდი განსაცდელი გვქონდა . . . – ასეთი ხერხი ემოციურად ტვირთავს მაყურებელს.

თუ მოსახლეობას კონკრეტული სიტუაციისთვის საჭირო განწყობა აქვს, მისი მართვა ძალზე იოლია. საზოგადოების განწყობაზე ზემოქმედების ხერხები მეორე მსოფლიო ომის დროს დაიხვეწა და მრავალფეროვანი გახდა. გერმანიის იდეოლოგია სწორედ ამ მიმართულებით მუშაობდა. ადოლფ ჰიტლერის რადიოგამოსვლებს ფონად ყოველთვის მიჰყვებოდა ვაგნერის მძიმე, რთული მუსიკა. ეს კი ერთობლიობაში ხალხს თრგუნავდა. ინერგებოდა მასობრივი ფსიქოზი და ნაცისტური მანქანის შიში. მოსახლეობის განწყობაზე მოქმედებდნენ საბჭოეთშიც, თუმცა ამ შემთხვევაში ემოცია არა შიშზე, არამედ ძლევამოსილებაზე იყო ორიენტირებული. აშშ-ში კი ხალხის განწყობას გლენ

მიღერი განსაზღვრავდა (მათი პროპაგანდაც სწორედ ახალგაზრდობაზე იყო გათვლილი), რადგან ყველაზე უკეთ სწორედ ასეთი ხერხი “იმუშავებდა” დემოკრატიულ ახალგაზრდობაზე.

“ემოციური რეზონანსის” ერთ-ერთი ეფექტური გამომწვევი ტელესერიალები და გასართობი შოუპროგრამებია. ეს პროდუქცია მაყურებელზე ნარკოტიკივით მოქმედებს. მოსახლეობის დიდი ნაწილი მასზე დამოკიდებული ხდება; ცხოვრობს სერიალის ამა თუ იმ გმირის პრობლემებით და მისი განწყობა, გმირების ხასიათის მიხედვით განისაზღვრება. მოსახლეობაში ასევე დიდ ემოციას იწვევს მარშების, აღლუმებისა და მიტინგების პირდაპირ ეთერში ტრანსლირება.

კინოს დანიშნულება სწორედ ემოციის გამოწვევაა, ამდენად - ეს პროდუქცია “ემოციური რეზონანსის” საუკეთესო საშუალებაა. მხატვრულ ფილმს, მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებებისაგან განსხვავებით, ადამიანის განწყობაზე ზემოქმედების განუზომელი უნარი აქვს. კინოპროდუქციამ შესაძლოა დანერგოს როგორც მასობრივი დეპრესია, ასევე სიცოცხლის, გადარჩენის სურვილი. ფილმებს განსაკუთრებით დიდი დანიშნულება აქვს ომის (თუნდაც ფილმი არ იყოს ომის თემატიკაზე) პერიოდში. კინოს ბუნება ხალხის გაერთიანებაა, ამას გარდა - მას შეუძლია მონუსხოს ნებისმიერი ტიპის ადამიანი. ის, რომ კინო სხვადასხვა ხელოვნებათა სინთეზს წარმოადგენს, აძლევს მას ძალას, ადამიანის ნებისმიერ გრძნობაზე ითამაშოს.

ფილმით გამოწვეული უდიდესი “ემოციური რეზონანსის” ნათელი მაგალითი ლენი რიფენშტალის მიერ გადაღებული “ნების ტრიუმფი” და “ოლიმპიაა”. რიფენშტალის ფილმები ოფიციალურად ქრონიკალურ ფილმებად მიიჩნეოდა, თუმცა თავად რეჟისორი ასე არასდროს მიიჩნევდა. მას ყველა ნიუანსი, ყველა კადრი გაწერილი და დადგმული ჰქონდა. სწორედ რეჟისორის ფანტაზიამ და დოკუმენტურმა კადრებმა შექმნეს ისეთი პროდუქცია, რომელიც მაყურებელზე ძლიერად მოქმედებს. ცისა და ღრუბლების ფონზე ჩნდება ჰიტლერის სახე. მისი თვითმფრინავის ჩრდილი ეცემა ხალხს. ფიურერის მანქანა მოძრაობს ხალხს შორის, თუმცა მის ადქმას მაყურებელი ვერ ახერხებს და

იქმნება შთაბეჭდილება, თითქოს ჰიტლერი ხალხის მასებში ცურავს. ყოველივე ამას კი თან ახლავს ვაგნერის მუსიკა. არ რის გასაკვირი, რომ მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ ფილმის ჩვენება აიკრძალა. “ნების ტრიუმფის” ზემოქმედების ძალა ნამდვილად დიდია. ლენი რიფენშტალის შემდგომი ფილმი “ოლიმპია”, არანაკლებ რეზონანსული იყო. საგულისხმოა ის, რომ “ნების ტრიუმფის” მსგავსად - “ოლიმპია” არ არის ქრონიკალური. რიფენშტალი მასზე თვეების განმავლობაში მუშაობდა. ბერლინის ოლიმპიადის გადასაღებად გაწერილი იყო ყველა კადრი და ეფექტი. რეჟისორმა სპეციალური ობიექტივები დაუკეთა. იმისთვის, რომ ფილმს მაყურებელზე ძლიერი ზემოქმედება მოეხდინა, ლენი რიფენშტალმა წარმოუდგენელი რაკურსები მოიფიქრა. ერთ-ერთი კამერა იყო საჰაერო ბუშტზე, მეორე (სირბილის გადასაღებად) დამონტაჟებული იყო მოძრავ მექანიზმზე. სიგრძეზე ხტომის გადასაღებად ოპერატორისთვის ამოთხრილი იყო ორმო. ჯამში გადაიღეს 400 კილომეტრი ფირი. მხოლოდ მის გაშიფვრას ორ თვეზე მეტი დასჭირდა. ორი წლის განმავლობაში კი რიფენშტალი თავად ამონტაჟებდა “ოლიმპიას”. *“პროპაგანდისტული ფილმები ჰიტლერზე და ნაციზმზე “ნების ტრიუმფი” და “ოლიმპია” - არ არის ზეიმი, თუმცა ეს თავისთავად არის ღირსშესანიშნავი მოვლენა”*⁴. რიფენშტალმა არაერთი ამგვარი შეფასება დაიმსახურა, თუმცა მან თავისი ფილმებისთვის ჯილდოებიც უხვად მიიღო. ლენი რიფენშტალის “ნების ტრიუმფი” და “ოლიმპია” მსოფლიოს საუკეთესო ფილმებად ითვლება. მის მიერ მოფიქრებული ეფექტები, შთაბეჭდავი კადრები, გადაღების მანერა არაერთგზის გამოიყენეს სხვა რეჟისორებმა, თუმცა მაყურებელში ისეთი ძლიერი ემოციის გამოწვევა ვერავინ შეძლო, როგორიც რიფენშტალის “ნების ტრიუმფი” და “ოლიმპია”.

“ემოციური რეზონანსისთვის” – მასების სამართავად კინო (თუ ის მაღალ პროფესიულ დონეზეა) ერთ-ერთ ყველაზე ეფექტურ იარაღს წარმოადგენს. თუმცა მიზნის მიღწევა ამ პროდუქციის გარეშეც შესაძლებელია, თუმცა “ემოციური რეზონანსი” არ იქნება ისეთი ძლიერი, რომ საზოგადოების ყველა ფენა მოიცვას. განუსაზღვრელი შესაძლებლობების გარდა - კინოს ერთ-ერთი პრიორიტეტი ესეცაა.

⁴ Никитинская Е., Валькирия кинокамеры. <http://www.ex.ua/15092545>

“ბუმერანგის ეფექტი”. ეს ფანდი არცთუ იოლი შესასრულებელია. ამ ეფექტის მისაღწევად ყველა მცირედი ნიუანსიც კი უნდა იყოს გათვლილი. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ერთდროულად უნდა დაატყდნენ თავს, მაგალითად, ერთ-ერთი პოლიტიკური პარტიის ლიდერს და გამუდმებით აკრიტიკონ იგი. კრიტიკაში უნდა ჩაერთონ მისი ოპონენტებიც, რომლებიც ყველა დასაშვები თუ მიუღებელი მეთოდით “თავს ესხმიან” წარმოდგენილ კანდიდატს. ორგანიზებული შტურმის შემდეგ დგება “ბუმერანგის ეფექტი” და ადამიანი, რომელსაც თავს ესხმიან, საზოგადოების თანაგრძნობას და სიმპათიას იმსახურებს.

პროპაგანდის ტექნოლოგიები ხშირ შემთხვევაში ერიდებიან პოლიტიკური კამპანიის ამ კუთხით წარმართვას, თუმცა ეს ფანდი ერთ-ერთი ხსნაა ისეთი კანდიდატისთვის (როგორც ხელისუფლების წარმომადგენლისთვის, ისე ოპოზიციის წევრისთვის), რომელიც ნაკლებ რეიტინგულია საზოგადოებაში. თუ კანდიდატის რეიტინგის აწევა შეუძლებელია, ამ შემთხვევაში რჩება კიდევ ერთი ნიშა – “ბუმერანგის ეფექტი”. ეს არის მეთოდი, რომელიც ამართლებს PR ტექნოლოგიების ერთ-ერთ საყვარელ გამოთქმას – “ანტირეკლამაც რეკლამაა”. თუ ერთიანი იერიში მიიტანეს ხელისუფლების წარმომადგენელზე, ის, როგორც წესი, საზოგადოებაში სიბრაღულს იმსახურებს, რაც მის ელექტორატს ზრდის. თუ საუბარია ოპოზიციის ლიდერზე, მაშინ საზოგადოება მას სიმართლისთვის მებრძოლად აღიქვამს და ამ შემთხვევაშიც ელექტორატი საგრძნობლად იზრდება. აღნიშნულის დასადასტურებლად არაერთი შემთხვევა არსებობს.

ამერიკელი ექსპერტების აზრით, სწორედ “ბუმერანგის ეფექტის” წყალობით გაიმარჯვა ფრანკლინ რუზველტმა აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნებში. 1980 წელს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები (მთელი წლის განმავლობაში) თავს ესხმოდნენ ბორის ელცინს და მან 1991 წელს დიდი უპირატესობით გაიმარჯვა საპრეზიდენტო არჩევნებში. იმის მიუხედავად, რომ რუსული მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები არა მხოლოდ აკრიტიკებდნენ, არამედ დასცინოდნენ ვლადიმერ ჟირინოვსკის, როგორც პოლიტიკოსს, მან და მისმა პარტიამ ყველას გასაოცრად საკმაო ელექტორატი შეაგროვა და 1993

წელს დუმაში შევიდა. ამ (და ასეთი სხვა არაერთი შემთხვევა) გამარჯვებებს პოლიტიკოსებმა მხოლოდ ბუმერანგის ეფექტის” წყალობით მიაღწიეს.

“ბუმერანგის ეფექტი” ჭორის გასავრცელებელი საუკეთესო საშუალებაა. თუ პოლიტიკოსები არაერთგზის ხაზგასმით აცხადებენ, რომ რაიმე ინფორმაცია არ შეესაბამება სინამდვილეს და შემდგომ ამის დამტკიცებას იწყებენ, საზოგადოებაში ეჭვი ღრმავდება და დიდი ნაწილი (არაერთი უარყოფის შემდგომ) რწმუნდება, რომ ხსენებული ინფორმაცია სიმართლეს შეესაბამება. “ბუმერანგის ეფექტი” ძირითადად ტელევიზიით, ასევე რადიოთი და პრესის საშუალებით ხორციელდება. კინოპროდუქციის დახმარება ამ შემთხვევაში საჭირო არ არის.

“არწივის ეფექტი” - ეს ფანდი დამყარებულია ადამიანის ფსიქოლოგიურ თავისებურებაზე, მიემხროს “ცრუ ანალოგიებს”. არსებობს ამ ეფექტის ორი ყველაზე გავრცელებული ფორმა: 1. გვერდით - ანუ ერთად; 2. წარმატებული ადამიანი ყველა საქმეში წარმატებულია.

1. “გვერდით ანუ ერთად” - ამ ფენომენს საფუძვლად უდევს მარტივი ფსიქოლოგიური ფანდი. პოპულარულ ადამიანთან სურათის გადაღების სურვილი ბევრს უჩნდება. ეს ძირითადად იმიტომ ხდება, რომ შემდეგ მეგობრებს აჩვენოს, როგორ დგას ის ამ პოპულარული ადამიანის გვერდით, ანუ - ისინი ერთად არიან. როდესაც ადამიანი კამერის მეშვეობით პოპულარული, ყველასთვის საყვარელი პიროვნების გვერდით არის დაფიქსირებული, აღიქმება ისე, რომ ისინი არიან ერთად, ისინი მეგობრები, თანამოაზრეები არიან. სწორედ ამიტომ - არჩევნებისას პოლიტიკოსები ცდილობენ, რომ კამერამ ისინი პოპულარული მსახიობების, მომღერლების, სპორტსმენების და ა.შ. გვერდით დააფიქსიროს. პოლიტიკოსი, რომელიც საჯაროდ პოპულარული მსახიობის გვერდით ჩნდება, ავტომატურად ინაწილებს სიყვარულს, რომელიც მოსახლეობას ამ მსახიობის მიმართ აქვს.

პოპულარული ადამიანების წინასაარჩევნო კამპანიაში ჩართვა აპრობირებული და წარმატებული ხერხია. ეს ფაქტორი ხშირად გადამწყვეტი ხდება პოლიტიკოსისთვის. ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტად ბილ კლინტონის არჩევა დიდწილად “ჰოლივუდმა” განაპირობა. კინოაკადემია

აქტიურად იყო ჩართული წინასაარჩევნო კამპანიაში. ოსკაროსანი მსახიობების: ჯექ ნიკოლსონის, მაიკლ დუგლასის, დასტინ ჰოფმანის და ა.შ. მხარდაჭერამ ძალიან ბევრი საარჩევნო ხმა შესძინა კლინტონს. ამას გარდა - ბარბარა სტრეიზანდმა მას კონცერტი მიუძღვნა, სადაც განაცხადა, რომ ის და ბილი დიდი ხნის მეგობრები არიან, და რომ მას ამერიკამ მხარი უნდა დაუჭიროს არა მარტო, როგორც პოლიტიკოსს, არამედ - როგორც ძალიან კარგ, კეთილ ადამიანს. ასეთი ტიპის პროპაგანდას დასავლეთში ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს, რადგან “პოპულარული სახეები” ასეთ განცხადებებს ხშირად არ აკეთებენ. დემოკრატიულ ქვეყნებში, კერძოდ აშშ-ში, მაგალითად, ბარბარა სტრეიზანდს ან ჯექ ნიკოლსონს პოზიციების გასამყარებლად არ სჭირდებათ ამა თუ იმ კანდიდატის მხარდაჭერა. მოგვიანებით “ჰოლივუდი” კიდევ ერთხელ “დაუდგა გვერდით” ბილ კლინტონს. მონიკა ლევინსკის გახმაურებული სარჩელის შემდეგ “პოპულარულმა სახეებმა” მოსახლეობაში კლინტონის იმიჯის შენარჩუნება შეძლეს. სასამართლო პროცესის შემდეგ ჯექ ნიკოლსონმა განაცხადა, რომ ყველაფრის მიუხედავად, ბილ კლინტონი ამერიკისთვის კარგი პრეზიდენტია და, პირველ რიგში, ის ადამიანია, რომელსაც, როგორც ყველას, გარკვეული სისუსტე აქვს და ამის გამო მისი გაკიცხვა არ შეიძლება. სწორედ პოპულარული ადამიანების მიერ გაკეთებულმა ასეთი ტიპის განცხადებებმა გააქარწყლა ის სკანდალი, რომელიც ატეხილი იყო პრეზიდენტის შესახებ. ბილ კლინტონმა “არწივის ეფექტის” შესაძლებლობები სრულად გამოიყენა.

2. წარმატებული ადამიანი ყველა საქმეში წარმატებულია. – ეს “არწივის ეფექტის” მეორე დამკვიდრებული ფორმაა. თუ ადამიანმა მიაღწია წარმატებას რაიმე სფეროში, საზოგადოება თვლის, რომ მას მეტიც შეუძლია. სწორედ ამიტომ ხშირად პოპულარული რეჟისორები, მსახიობები, სპორტსმენები, ბიზნესმენები, ჟურნალისტები, მწერლები და ა.შ. პოლიტიკოსებად გვევლინებიან. მათ ხალხი მხარს უჭერს. მეტიც - ხშირია, როდესაც ამა თუ იმ პარტიას თავის წევრად (პირველ საარჩევნო ათეულში) შეჰყავს პოპულარული სახეები, რათა ამით თავად პარტიის რეიტინგი აიწიოს. ეს სტერეოტიპი “კარგად მუშაობს” და მას ძალზე ხშირად იყენებენ. სწორედ ამ ეფექტის წყალობით გახდა არნოლდ შვარცენგერი კალიფორნიის გუბერნატორი. ასეთი არაერთი მაგალითია

როგორც დასავლეთში, ასევე საქართველოში. ეს მეთოდი ძველი დროიდან “მუშაობს” და კამპანიის სწორედ წარმართვის შემთხვევაში ყველას, მაგალითად, ყოფილ ოლიმპიურ ჩემპიონს, აქვს რეალური შანსი, გახდეს პარლამენტის წევრი. ამ მეთოდს იყენებდნენ ბოლშევიკებიც, თუმცა ამ შემთხვევაში ზღვარი დაბლა იყო ჩამოწეული. ლოზუნგი კი ასეთი იყო – “ყველა კარგ დიასახლისს შეუძლია სახელმწიფოს მართვა”. “არწივის ეფექტის” ფსიქოლოგიური პრინციპი აქაც შენარჩუნებულია. კარგი დიასახლისი კარგი მმართველია, წარმატებული ბიზნესმენი – წარმატებული ლიდერი.

“არწივის ეფექტის” განსახორციელებლად აუცილებელია ტელევიზიის მხარდაჭერა, თუმცა ამ შემთხვევაში ტელევიზიის ყურადღების მიპყრობა გაცილებით იოლია. როდესაც პოპულარული სახე პოლიტიკაში გადადის, ტელევიზიებს ის ზედმეტი პრესკონფერენციებისა და გარიგებების გარეშეც ყურადღების ცენტრში ჰყავს. ასე რომ, აღნიშნული ტიპის კამპანიის წარმოება გაცილებით იოლია.

კინოპროდუქციის როლი ამ შემთხვევაში მცირეა, თუმცა კინოს დახმარება მაინც საჭიროა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მომგებიანია, თუ წინასაარჩევნო ვიდეორგოლი კინოს პრინციპებით არის გადაღებული. თუ ამ ფანდს დაემატება “არწივის ეფექტის” ელემენტები, ანუ - სარეკლამო რგოლში მონაწილეობას მიიღებს პოპულარული სახე, ეს რგოლი უთუოდ წარმატებული იქნება.

“პირველადობის ეფექტი” - ეს ფანდიც, ისე როგორც წინამორბედები, დაფუძნებულია ფსიქოლოგიურ კვლევაზე. ადამიანი, რომელმაც პირველმა უთხრა სიტყვა მსოფლიოს, ყოველთვის მართალია” (კ. პოვლანდი). იელის უნივერსიტეტის სამეცნიერო კვლევების, დაკვირვებების შედეგად გაირკვა, რომ კანდიდატს, რომელიც წინასაარჩევნო კამპანიისას უფრო დამაჯერებლად გამოიყურება და დარწმუნებულია გამარჯვებაში, საზოგადოება ჯერ კიდევ არჩევნების შედეგის გამოცხადებამდე (რაც უნდა არ ესიმპათიურებოდეს ის) აღიქვამს გამარჯვებულად. გამარჯვებულებს კი, როგორც წესი, მხარს უჭერენ. ასეთ დროს “მუშაობს” აქქმის უნარი: რამდენიმე ურთიერთგამომრიცხავი ინფორმაციის მიღების შემდეგ, ადამიანი ემხრობა (მხარს უჭერს) პირველად

გავრცელებულ მონაცემს. მასებში უკვე ჩამოყალიბებული აზრის შეცვლა ძნელია.

1925 წელს ამერიკელმა ფსიქოლოგმა მ. ლუნდტმა ჩამოაყალიბა “დასწრების კანონი”. ამ კანონის თანახმად, ყველა პირველადი ინფორმაცია ამა თუ იმ ფაქტისა თუ მოვლენის შესახებ გაცილებით უფრო ძლიერად ზემოქმედებს აუდიტორიაზე, ვიდრე - შემდგომი. ამ კანონს საფუძვლად უდევს მარტივი ფსიქოლოგიური გათვლა: მას, ვინც პირველმა გაავრცელა ინფორმაცია, აქვს პრიორიტეტი, დააკმაყოფილოს საზოგადოების ინტერესი, ჩამოაყალიბოს გარკვეული აზრი. წყარო, რომელიც აუდიტორიის ინტერესს აკმაყოფილებს, უფრო მომხიბვლელი ხდება საზოგადოებისთვის - ვიდრე მეორე, რომელიც დაგვიანებით ავრცელებს სხვა ვერსიას.

“პირველადობის ეფექტი” აქტიურად გამოიყენება ოპონირებისას. ამ შემთხვევაში დასწრებას დიდი მნიშვნელობა აქვს. თუ ესა თუ ის კამპანია კომპრომატების გამოაშკარავებაზეა აგებული, საჭიროა ოპონენტის დასწრება და ერთბაშად იერიშის მიტანა. ასეთ შემთხვევაში აუდიტორიის სიმპათიას კომპრომატების წარმდგენი იმსახურებს. მეორე მხარე კი იძულებულია, კომპრომატებზე პასუხი გასცეს თავდამსხმელს. ასეთ შემთხვევაში, ცნობილი ფრაზით რომ ვთქვათ, "რადგან თავს იმართლებს, ესე იგი - დამნაშავეა".

ბუნებრივია, თანამედროვე მსოფლიოში “პირველადობის ეფექტის” გამოყენებისას პრიორიტეტი ტელევიზიას ენიჭება. დღეს სწორედ ტელევიზიას ის მექანიზმი, რომლის საშუალებითაც ესა თუ ის ინფორმაცია ელვის სისწრაფით ვრცელდება. თუმცა ამ ეფექტის განხორციელება ხშირია კინოშიც. კინოპროდუქცია ამ შემთხვევაში გლობალურ საკითხებზეა ორიენტირებული. კინოფილმში “პირველადობის ეფექტი” “ისტორიის თავიდან გადაწერასთან” “კლასიფიკატორთან” და “ფაქტის კონსტატაციასთან” ერთად გამოიყენება. ამ მეთოდების ერთობლიობა საზოგადოებაზე ძლიერ ზემოქმედებს. ამ ტექნოლოგიების ერთობლიობის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითია ფილმი “ფარენგეიტი 9/11”. ფილმი აშშ-ში მომხდარ 11 სექტემბრის ტერორისტულ აქტებს ეხება. ავტორები ჯორჯ ბუშს და მის მამას, ყოფილ პრეზიდენტს, ტერორისტებთან კავშირში ადანაშაულებენ. ფილმი დახუნძლულია

ბრალდებებით. ამ შემთხვევაში ყურადღება გავამახვილოთ “პირველადობის ეფექტზე”. პირველად სწორედ ამ ფილმის წყალობით გახდა ცნობილი, რომ მამა-შვილ ბუშებს გარკვეული კავშირი ჰქონდათ უსამა ბინლადენტთან. მეტიც, ფილმიდან ირკვევა, რომ აშშ-ის პრეზიდენტი ელოდა თავდასხმას და მისთვის ეს უცხო არ იყო. სწორედ აქ თამაშობს დიდი როლს “პირველადობის ეფექტი”. ბუშების კავშირი ბინ-ლადენტთან აქ პირველად აღინიშნა და თანაც - მაკომპრომენტირებული კუთხით. ამერიკის პრეზიდენტს რომ გამოეყენებინა მეთოდი “დაიჭირე ქურდი” (რაც 1970-იან წლებში, როგორც ზემოთ მოგახსენეთ, ძალზე ეფექტურად გამოიყენა აშშ-ის ცენტრალური დაზვერვის ხელმძღვანელმა უ. კოლბიმ), სავარაუდოა, რომ საზოგადოების რეაქცია სხვაგვარი იქნებოდა. ანუ - ჯორჯ ბუშს ტერორისტული აქტების განხორციელებამდე უნდა ელიარებინა, რომ მას გარკვეული ნაცნობობა აკავშირებდა უსამა ბინ-ლადენტთან. ამ შემთხვევაში უკვე მეორეული ინფორმაცია, რომელიც ფილმ “ფარენგეიტი 9/11”-ის საშუალებით გავრცელდა, არ იქნებოდა მსოფლიო საზოგადოებაში აღქმული, როგორც უტყუარი. მით უფრო, რომ ამ ფაქტების გადამოწმება აუდიტორიისთვის შეუძლებელია.

კინოპროდუქციის უპირატესობა როგორც “პირველადობის ეფექტის”, ასევე პროპაგანდის სხვა მეთოდების გამოყენებისას იმაში მდრომარეობს, რომ მხატვრული ხერხების საშუალებით შესაძლებელია ინფორმაციის გამძაფრება.

“დასწრების ეფექტი” – ეს მეთოდი დღეს ჟურნალისტიკის თითქმის ყველა სახელმძღვანელოშია აღწერილი. იგი მოიცავს რამდენიმე ფანდს იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა განხორციელდეს რეალურობის იმიტაცია. რეპორტაჟებში - ცხელი წერტილებიდან, კრიმინალური ქრონიკისას, მიტინგებისას და ა.შ. - ამ მეთოდს ტელევიზიები ყოველთვის იყენებენ.

ეს, თითქოს, ერთი შეხედვით, იაფფასიანი და უწყინარი მეთოდი ამოქმედებისას ძალიან საშიში იარაღია. ჟურნალისტური მოგონებებიდან: ამერიკელების მიერ ავღანეთის დაბომბვამდე თალიბები და სამხრეთ ალიანსი ერთმანეთის მისამართით იშვიათად ხსნიდნენ ცეცხლს. თუ ასეთი შემთხვევა ხდებოდა, ეს ძირითადად ჰაერში გამაფრთხილებელი გასროლა იყო. იმის მიუხედავად, რომ სიტუაცია დაძაბული იყო, შეიარაღებულ კონფლიქტს ორივე

მხარე ერიდებოდა. სწორედ ამიტომ აშშ-სა და საბჭოთა კავშირს დიდი ძალისხმევა დასჭირდა იმისთვის, რომ ეს კონფლიქტი საომარ მოქმედებაში გადაზრდილიყო. რთული იყო მხარეების წაქეზება, რომ ნამდვილი ომი გაეჩაღებინათ. იყო შემთხვევა, როდესაც ჟურნალისტი ჩადიოდა “ფრონტის ხაზზე” სპეციალური დავალებით, გადაეღო საბრძოლო მოქმედებები, როდესაც ასეთი რამ არ არსებობდა. მაშინ ჟურნალისტი აწყობდა იმიტაციას: უხდიდა ფულს მოჯაჰედებს, რომლებიც ტენიდნენ ავტომატებს და ისროდნენ თალიბების მისამართით, თალიბები კი მათ ასევე სროლით ეპასუხებოდნენ. ყველაფერი ფიქსირდებოდა და შემდეგ მსოფლიო სააგენტოები ავრცელებდნენ ინფორმაციას, რომ გადამღებ ჯგუფს თალიბებმა ცეცხლი გაუხსნეს. სხვადასხვა ტელეარხი კი გამუდმებით ატრიალებდა რეალურ კადრებს”.

უტყუარობის ილუზია დიდ ემოციურ ზემოქმედებას იწვევს. ასეთი კადრების ნახვისას ადამიანს უჩნდება განცდა, თითქოს თავად არის ამ ფაქტის მომსწრე. იქმნება “დასწრების ძლიერი ეფექტი”. ამ დროს ტელეეკრანთან მყოფი მაყურებელი ვერც კი უშვებს, რომ ეს “რეალური” კადრები, ჟურნალისტის ემოციური ინტონაციის თანხლებით, შესაძლოა იაფფასიანი ფანდი, ფიქცია იყოს.

“დასწრების ეფექტის” გამოყენებით არანაკლებად შეუძლია აუდიტორიის მონუსხვა კინოპროდუქციას. მეტიც, ფილმს ამ ეფექტის საშუალებით შეუძლია შექმნას სტერეოტიპი, რომლის დამსხვრევაც ძალზე რთულია. ხშირია (განსაკუთრებით - საომარი პერიოდისას), როდესაც “მტერი” კინოფილმის საშუალებით აღქმულია, როგორც უღმრთელი, ყოველგვარ ადამიანურობას მოკლებული, სადისტური მოთხოვნილებების მქონე ერი. სწორედ “დასწრების ეფექტი” ქმნის ამ ილუზიას. თუ ფილმს დადებითი გმირი ჰყავს, აუდიტორიის ემოცია ორმაგდება. ეს ეფექტი II მსოფლიო ომის თემაზე შექმნილ თითქმის ყველა საბჭოურ კინოპროდუქციაში გამოიყენება.

კინოში “დასწრების ეფექტს” არ მიმართავენ მხოლოდ (ომის პერიოდში) მტრის ხატის შესაქმნელად. რეალური კადრების ეფექტი ბოლო პერიოდში ყველაზე ეფექტურად გამოიყენა მეღ გიბსონმა გახმაურებულ ფილმში “ქრისტეს ვნებანი”. ფილმი იესოს მიწიერი ცხოვრების ბოლო დღეებს ასახავს. მოელი ფილმის განმავლობაში მაყურებელი ხედავს შემზარავ კადრებს. “დასწრების

ეფექტი” ორმაგდება იმით, რომ ფილმი არამეულ ენაზეა. იმის მიუხედავად, რომ სიუჟეტი მიჰყვება სახარებას, აუდიტორია ამ სურათს პირველადი ეფექტით აღიქვამს. მაყურებელს ახლო ხედების, კამერის მოძრაობის და სხვა ეფექტების საშუალებით ექმნება ილუზია, რომ ის ქრისტეს წამების მომსწრეა. ფილმი ყურების პროცესშივე განაწყობს მაყურებელს ებრაელი ხალხის წინააღმდეგ. ყველაზე მიმტევებელი ქრისტიანი მაყურებელიც კი “ქრისტეს ვნებების” ყურებისას წამით მაინც გაიფიქრებს იმას, რომ ებრაელი ხალხი ღირსია, იყოს მუდმივ სატანჯველში.

სწორედ “დასწრების ეფექტის” გამოყენების გამო, “ქრისტეს ვნებებმა” ებრაული საზოგადოების დიდი პროტესტი გამოიწვია. ფილმის რეჟისორს, მელ გიბსონს, ამერიკელ ებრაელთა დიასპორა ებრაელების შეგნებულ დისკრედიტაციაში ადანაშაულებდა და მას ნაციისტსაც უწოდებდნენ.

“დასწრების ეფექტი” წარმოადგენს მეთოდს, რომლის მოხმობისას დიდი ემოციის გამოწვევა შეიძლება. მიზნის მისაღწევად კი აუცილებელა ტელევიზიის ან კინოპროდუქციის გამოყენება.

“ინფორმაციული ბლოკადა”. ის, ვინც ანტიტექტორისტულ ოპერაციებს სამაუწყებლო კომპანია “CNN”-ის საშუალებით აკვირდება, შესაძლოა წააწყდეს “ინფორმაციულ ბლოკადას”. პროპაგანდის ეს მეთოდი გულისხმობს, არ მიეცეს მოწინააღმდეგეს საშუალება, საჯაროდ გამოვიდეს მოსახლეობის წინაშე. მაგალითად, 11 სექტემბრის ტერორისტული აქტების შემდეგ აშშ-ის მთავრობამ ამერიკული მასობრივი ინფორმაციის საშუალებისთვის შეიმუშავა ე.წ. “რეკომენდაციების” მთელი ნუსხა. რეკომენდაციებში მთავრობა დაჟინებით “სთავაზობს” (რეკომენდაციებს არა მოთხოვნის, არამედ შეთავაზების სტილი აქვს, თუმცა მას ყველა უპირობოდ ასრულებს) მაუწყებლებს, თავი შეიკავონ ალ-ქაედას მოღვაწეობის დეტალურად გაშუქებისაგან და ასევე თავი აარიდონ უსამა ბენ-ლადენის “ციტირებას”. შესაბამისად, იქმნება ინფორმაციული ვაკუუმი. მოსახლეობა იმდენად მოწადინებულია, გაიგოს მტრის მიზანი, რომ ნებისმიერ ვერსიას (თუნდაც წარმოუდგენელს) იჯერებს. აშშ-ის მოსახლეობის ნაწილი ფიქრობს, რომ ბენ-ლადენი ფსიქიკურად გაუწონასწორებელი ადამიანია, რომელსაც თავი ეშმაკი ჰგონია. ნაწილი კი ფიქრობს, რომ მას განდიდების

მანია აქვს და ამიტომ მოაწყო აშშ-ში ტერაქტები. სწორედ “ინფორმაციული ბლოკადის” წყალობით - არავინ იცის, კონკრეტულად რა არის უსამა ბენ-ლადენის საქციელის მოტივაცია. რატომ გამოუცხადა მან ომი აშშ-ს.

დღევანდელ მსოფლიოში თითქმის ყველა სამხედრო-პოლიტიკურ კონფლიქტს თან ახლავს “ინფორმაციული ბლოკადა”. სწორედ ბლოკადის თანხლებით მიმდინარეობდა ერაყის ომი, “ნატოს” საჰაერო იერიში იუგოსლავიაზე. ჩეჩნეთის კონფლიქტი და ა.შ. საომარი მოქმედებისას შემუშავებულია რამდენიმე დონის კონტროლი:

1. ვერბალური კონტროლი. ეს ჟურნალისტთა ლექსიკის ჩანაცვლებას ნიშნავს. რეპორტაჟებში, რომლებიც საომარ მოქმედებას ეხება, ხშირად ისმის სიტყვები: წერტილოვანი დარტყმა, ტერიტორიის წმენდა, პრევენცია და ა.შ. ამ სახის გამონათქვამების მეშვეობით ადამიანს გონებიდან თანდათანობით შორდება ომის ამსახველი რეალობა – სიკვდილი, დაჭრილები, სისხლი და ა.შ.

2. ვიზუალური კონტროლი, რაც იმას ნიშნავს, რომ ტელეეკრანებიდან უნდა გაქრეს ომში დაღუპულთა და დაჭრილთა კადრები, ასევე არ უნდა აჩვენონ დაზიანებული ტექნიკა.

3. მოვლენის ერთიანი ინტერპრეტაციის კონტროლი. ეს გულისხმობს დაპირისპირებული მხარის ინტერვიუების აკრძალვას და ყველა ტელეარხისთვის ერთი (“მშრალი”) ინფორმაციის მიწოდებას, რათა თავიდან იყოს აცილებული ჟურნალისტთა ინტერპრეტაციები.

თითქმის ყველა სახელმწიფო, რომელიც საომარ მდგომარეობაში იმყოფება, ან აქვს კონფლიქტური ზონები “ინფორმაციული ბლოკადის” ამ მეთოდებს იყენებს. სწორედ ამ ხერხის საშუალებით არის შესაძლებელი, სახელმწიფოში შენარჩუნდეს სიმშვიდე, არსებობდეს კონფლიქტის მათთვის სასარგებლოდ დასრულების იმედი და მოსახლეობამ ირწმუნოს, რომ მთავრობას შეუძლია სიტუაციის კონტროლი.

სახელმწიფო (განსაკუთრებით ძალოვანი სტრუქტურები) ხშირად მიმართავს “ინფორმაციული ბლოკადის” მეთოდს არასაომარ პერიოდში. ეს ხდება მაშინ, როდესაც სახელმწიფო სტრუქტურებს სჭირდება, რაიმე მოვლენასთან დაკავშირებით ინფორმაციის გავრცელება. ისინი თავად სვამენ

შეკითხვებს და საზოგადოებაში ამ საკითხის მიმართ აჩენენ ინტერესს. შემდეგ იწყება ინფორმაციული ვაკუუმი მანამ, სანამ ინტერესი სრულად არ მოიცავს საზოგადოებას. მხოლოდ ამის შემდეგ ხდება (სახელმწიფო ჩინოვნიკისაგან მოკლე კომენტარის სახით) ინფორმაციის გაცემა. თავისთავად ეს მეთოდი მასობრივ ზომბირებას წააგავს. ამ ხრიკის მეშვეობით იოლია საზოგადოების გონების მართვა.

საომარ მდგომარეობაში “ინფორმაციული ბლოკადის” მეთოდი ვრცელდება კინოპროდუქციაზეც. კინო, ტელევიზიისაგან განსხვავებით, იძლევა საშუალებას, რომ ესა თუ ის პრობლემა ცალმხრივად იყოს განხილული. მაგალითად: სიუჟეტი იყოს აგებული კონკრეტული მეომრის ბედზე იმის მიუხედავად, რომ ფილმში ომის ისტორიის ნაწილიცაა აღწერილი - თან ისე, რომ ფილმში არაფერია ნათქვამი მოწინააღმდეგეზე. პოლივუდში არაერთი ფილმია გადაღებული ვიეტნამის ომის შესახებ. მაგრამ თითქმის არცერთ მათგანში არ არის ასახული ვიეტნამელთა განცდები და საერთოდ ომის არსი. არსად ჩანს, როგორი სამხედრო ოპერაციები ჩაატარეს შეერთებული შტატების სამხედროებმა.

“ინფორმაციული ბლოკადა” ომის თანამედროვე წარმოების ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია. კონფლიქტისას მთავრობა იძულებულია აწარმოოს საინფორმაციო ომიც. თუ სახელმწიფოს არ გააჩნია ინფორმაციული ომის წარმოების საშუალება, მისივე ჟურნალისტებთან ჟონავს არასასურველი ინფორმაცია და, თუ ფილმს მეტოქის შესახებ იღებენ, ასეთი სახელმწიფოსთვის შეიარაღებული კონფლიქტის წამოწყებას აზრიც კი არ აქვს, რადგან მას მოწინააღმდეგე იოლად გაანადგურებს.

“მედიატორები” - პროპაგანდის ეს ტექნიკა გაყოფილია ორ საფეხურად. 1. კულუარული ინფორმაციები და ჭორები. 2. ინტელიგენციის გამოყენება. “საშუალოსტატისტიკურ” ადამიანს შეხედულება უყალიბდება არა მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების მიერ მოწოდებული ინფორმაციის ანალიზის შედეგად, არამედ სხვადასხვა ჭორის, კულუარული ინფორმაციის საფუძველზე. საინფორმაციო საშუალებების მიერ გავრცელებული ინფორმაცია ხშირად ადამიანზე პირდაპირ არ მოქმედებს. მიწოდებული “პროპაგანდის პროდუქტი”

მეგობრებთან ან ოჯახში უნდა იყოს განხილული. ანუ - მიწოდებული ინფორმაცია დადის ქვედა დონეზე და შემდეგ ჭორის სახით ვრცელდება. *“მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები მნიშვნელოვანია იმით, რომ ისინი აწვდიან იდეოლოგიის შინაარსს, რაც შემდგომში ხდება მასობრივი საუბრების მიზეზი. რეალურად არ აქვს მნიშვნელობა, არის თუ არა არჩევნების პერიოდი. ქვედა (მასობრივი კომუნიკაციის) დონეზე არ წყდება საუბრები პოლიტიკის თემაზე”*⁵. ამ ფანდის გამოყენებისას მნიშვნელოვანია ის, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით ინფორმაცია გაერცელდეს ისე, რომ ადამიანს გაუჩნდეს სურვილი, ეს თემა სხვასთან განიხილოს. ამისთვის შესაძლებელია სიუჟეტის დრამატიზება, ვერსიების დახვეწება, რიტორიკული კითხვების დასმა და ა.შ. ანუ - რეპორტაჟის თემა საზოგადოების ყველა ფენის წარმომადგენლისთვის ხელმისაწვდომი, იოლად განსახილველი და საინტერესო უნდა გახდეს.

პროპაგანდის ამ მეთოდის განხორციელების ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება პოლიტიკური ანექდოტებიცაა, რომლებიც ხალხში ელვის სისწრაფით ვრცელდება. ამავე კუთხით შეგვიძლია განვიხილოთ სატელევიზიო იუმორისტული შოუები (მათ დიდი რეიტინგი აქვთ); სადაც შესაძლებელია, ამა თუ იმ პოლიტიკოსზე ხუმრობა. მეორე დღეს კი ხალხი ამის შესახებ აუცილებლად ისაუბრებს. საბოლოო ჯამში კი, თუ პროპაგანდა კარგადაა გათვლილი, მალე მოსახლეობას პროპაგანდისტის მიერ ჩაფიქრებული აზრი თავად გაუჩნდება.

“მედიატორების” მეორე საფეხური – ინტელიგენციის წარმომადგენლების, როგორც პროპაგანდისტის, გამოყენება არ არის იოლი განსახორციელებელი. ეს ტექნოლოგია კიდევ ორად იყოფა. ყველა ჯგუფში (სამეგობროში, ან ოჯახში) არსებობს ე.წ. “აზრის ლიდერი” – ადამიანი, რომლის აზრსაც მეგობრები იზიარებენ. იდეოლოგიის გასავრცელებლად სწორედ ასეთი ადამიანების ყურადღების მიპყრობაა საჭირო. ამერიკელი მეცნიერის პოლ ლაზარსფელდის აზრით კი, ასეთი ადამიანები მოსახლეობის 10-იდან 20 პროცენტს შეადგენენ და

⁵ Павловский Г., О переходе от «управляемой демократии» к неуправляемой. журнал «Гегфтер» . 2013

მათზე ყველა ქვეყანაში ამახვილებენ ყურადღებას. თუმცა დემოკრატიული სახელმწიფოს მეთოდები ტოტალიტარული რეჟიმებისაგან ამ შემთხვევაშიც განსხვავდება. საბჭოეთში ასეთი ტიპის ადამიანებს სახელმწიფო უშიშროების კომიტეტის თანამშრომლები “ავერბოვებდნენ” და იძულებულს ხდიდნენ, თანამშრომლებთან, მეგობრებთან გაეწიათ სახელმწიფოსთვის სასურველი პროპაგანდა. დემოკრატიულ ქვეყნებში სახელმწიფოს უშიშროებას იგივე სურვილი აქვს. თუმცა ისინი მიზანს მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების ზემოქმედებით, საინფორმაციო პროგრამებში სიუჟეტის თემის დრამატულად გაშლით თუ იუმორისტული შოუებით აღწევენ. შედეგად - ე.წ. “აზრის ლიდერი” საკუთარი ნებით (ისე, რომ თვითონაც ვერ ხვდება) ხდება პროპაგანდისტი. ბუნებრივია, “ვერბოვკის” დასავლური მოდელი გაცილებით რთული შესასრულებელი და არცთუ საიმედოა, მაგრამ სპეციალისტები მუშაობენ ამ მიმართულებით პროპაგანდის დახვეწაზე.

“მედიატორებად” ასევე პოპულარული ადამიანები მოიაზრებიან. ინტელიგენციის თანადგომა ამა თუ იმ ძალისთვის ბევრს ნიშნავს. “მედიატორებად” შესაძლოა მოგვევლინონ კულტურის, მეცნიერების, ხელოვნების, სპორტის მოღვაწეები, ასევე რელიგიური კონფესიების წარმომადგენლები და ა.შ. ფსიქოლოგიაში ამ მოვლენას “ავტორიტეტებზე ფიქსაციას” უწოდებენ. ხალხის უმრავლესობა ბაძავს ავტორიტეტს და შესაბამისად მის აზრსაც იზიარებს. ხშირია ისიც, რომ ადამიანები უაპელაციოდ იღებენ თავიანთი ავტორიტეტის მოსაზრებას და ზედმეტი კითხვა არ უჩნდებათ. სწორედ ამის გამო ყველა ქვეყანაში არსებობს ე.წ. “სახელისუფლებო ინტელიგენცია” – პოპულარულ, ანგარიშგასაწევ ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც იზიარებს ხელისუფლების კურსს და თავად ხდება პროპაგანდისტი. პოლიტიკური პარტიები კი ხშირად ცდილობენ ასეთი ადამიანების გადაბირებას. “ავტორიტეტები” სახელმწიფო გადატრიალებებისას ერთ-ერთ მთავარ როლს ასრულებენ. ასე რომ, ხელისუფლება ყოველთვის ცდილობს, “ავტორიტეტები” შემოიკრიბოს. საზოგადოება ინტელიგენციის, ავტორიტეტების გარეშე არ ცხოვრობს. შესაბამისად, თუ ე.წ. “ავტორიტეტები” არსებული რეჟიმის წინააღმდეგნი არიან, ხდება მათი ჩანაცვლება. ხელოვნურად იქმნება ახალი

ინტელიგენცია. ასეთი გარდატეხა, როგორც წესი, რევოლუციების შემდგომ ხორციელდება. ძველი კერპები იმსხვრევა და ჩნდება ახალი. სწორედ “ავტორიტეტების” შექმნაში, ისე როგორც განადგურებაში, ტელევიზია გადამწყვეტ როლს თამაშობს. სამაუწყებლო მედიის საშუალებით მინიმუმ ერთ თვეში შესაძლებელია ახალი “ავტორიტეტული სახის” ჩამოყალიბება, რომელიც ხშირად ყველა ტიპის (პოლიტიკურ თუ გასართობ) გადაცემაში იღებს მონაწილეობას, ხდება პოპულარული სახე და მცირე პერიოდის შემდეგ ეკრანიდან მოძღვრავს საზოგადოებას.

“მედიატორების” შექმნაში კინო პირდაპირი სახით არ მონაწილეობს, თუმცა ე.წ. “ავტორიტეტების” დიდ ნაწილს ბევრ ქვეყანაში რეჟისორები წარმოადგენენ. ამის მიზეზი ის არის, რომ, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, პოლიტიკური პარტიები კინოპროდუქციას განიხილავენ - როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებას. პოლიტიკოსებს (დემოკრატიული პრინციპების მქონე ქვეყანაში) არ აქვთ არანაირი ბერკეტი, ტელევიზიისაგან განსხვავებით (ტელევიზია, ისე როგორც რადიო და პრესა - არის “ბიზნესი”, შესაბამისად, მეპატრონესთან გარიგება ყოველთვის შესაძლებელია), აკონტროლონ კინოპროდუქცია. შესაბამისად, გამოსავალი ერთია - გადაიბირონ მოქმედი რეჟისორები ან ჩართონ ისინი აქტიურ პოლიტიკურ ცხოვრებაში, რათა მათ აღარ ჰქონდეთ დრო, გადაიღონ ფილმი. ამ მეთოდის გამოყენებით პოლიტიკოსებს აქვთ საშუალება, სრულად აკონტროლონ მასობრივი ინფორმაციის ეს სფეროც.

“კლასიფიკატორი”. ეს მეთოდი იოლი შესასრულებელი არ არის, თუმცა მისი განხორციელების შემთხვევაში შესაძლებელია აუდიტორიაში ნებისმიერი სტერეოტიპის დანერგვა. ეს ფანდი პროპაგანდისტის სურვილისამებრ საზოგადოების უმრავლესობას უცვლის შეხედულებას ამა თუ იმ ობიექტის შესახებ. მეტიც, შესაძლებელია სიტყვას, ფრაზას შინაარსი შეეცვალოს.

როდესაც ჩვენ რომელიმე ობიექტს ვასახელებთ, ამით ხაზს ვუსვამთ მის რომელიმე სპეციფიკურ თავისებურებას (ვახარისხებთ, ვახდენთ ჩვენს გონებაში მის კლასიფიკაციას) ისე, რომ არ გაქცევთ ყურადღებას სხვა მახასიათებლებს. მაგალითად, - კავშირგაბმულობა. მოსახლეობის უმრავლესობისთვის ამ სიტყვის

მნიშვნელობა არის - ტელეფონზე საუბრის შესაძლებლობა, ტელევიზორი ან რადიო. თუმცა სათანადო პროპაგანდის გატარების შემდგომ შესაძლებელია, რომ იგივე საზოგადოების უმრავლესობისთვის კავშირგაბმულობის განმარტება იყოს არა ტელეფონზე საუბრის შესაძლებლობა, არამედ - გამოსხივების წყარო.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გარეშე თანამედროვე მსოფლიოში “კლასიფიკატორის” განხორციელება შეუძლებელია. ტელევიზია კონკრეტული სტერეოტიპის ჩამოყალიბებაში დიდ როლს თამაშობს. რაც უფრო ხშირად ისმის ეკრანიდან ერთი და იმავე მოვლენის ერთნაირი შეფასება, მით უფრო მეტად უყალიბდება საზოგადოების უმრავლესობას საერთო აზრი ამ მოვლენასთან დაკავშირებით. მაგალითად: “აქციის მონაწილეები...” როდესაც ტელეეკრანიდან ეს ფრაზა გაისმის ხშირად (დღევანდელ საქართველოში), მაყურებელი არ იღებს მეტ ინფორმაციას, მიუხედავად იმისა რომ, აგრძელებს საინფორმაციო პროგრამის ყურებას. ამ დროს შესაძლოა ადამიანმა (რაც საკმაოდ ხშირად ხდება) მეგობართან საუბრისას თქვას: “დღეს მოვისმინე ტელევიზიით, რაღაც აქციაა, მგონი, გარემოვაჭრეების, თუ რაღაც ამგვარი...” ანუ, ადამიანთა უმრავლესობას ჩაბეჭდილი აქვს სწორედ საინფორმაციო საშუალებების მიერ, რომ აქცია ძირითადად გარემოვაჭრეებისაა. მასმედიის ზეწოლის საშუალებით ასეთი წვრილმანი პოლიტიკური ხრიკების ხლართვა შესაძლებელია, თუმცა საზოგადოების უმრავლესობისთვის ამა თუ იმ მოვლენის დახარისხება - “კლასიფიკაცია” დიდ დროს მოითხოვს. თუ ტელევიზია “კლასიფიკატორის” შემთხვევაში წვრილმან ხრიკებზეა ორიენტირებული, კინოპროდუქცია მასშტაბებს ზრდის. კინოს ზეგავლენით საზოგადოებაში შესაძლებელია ფასეულობების გადაფასება.

“კომენტარი” - ამ მეთოდის მიზანია, შეიქმნას ისეთი კონტექსტი, რომ საზოგადოების აზრი “საჭირო მიმართულებით” წარმართოს. არსებობს ამ მეთოდის ტელევიზიით განხორციელების ოთხი ხერხი.

1. ბევრია დამოკიდებული პროგრამის წამყვანზე. *“წამყვანი შესაძლოა იყოს ობიექტური, მის ტექსტში არ იყოს არაფერი არც საწინააღმდეგო და არც დადებითი ამა თუ იმ მოვლენის მიმართ, მაგრამ მისი ხმის მოდულაცია, ინტონაცია და მრავლისმეტყველი პაუზები, ასევე გამომეტყველება ხშირად*

წარმოთქმულ აზრზე მეტ ეფექტს აღწევს”⁶. ამ ფანდისას ძირითადად საჭიროა ე.წ. “ორმხრივი ინფორმაცია” ანუ ინფორმაცია, რომელიც მოიცავს როგორც დადებით, ასევე უარყოფით მოსაზრებას ამა თუ იმ საკითხზე. შესაბამისად, პროგრამის წამყვანი რჩება ნეიტრალური, თუმცა მისი ირონიული ინტონაცია და პაუზები მაყურებელს პირდაპირ მოუწოდებს, რომელ პოზიციას, მოსაზრებას მიემხროს.

2. აუცილებელია დადებითისა და უარყოფითი პოზიციის გაჯერება. თუ მიზანი ამა თუ იმ მოვლენის დადებითი შეფასებაა, მეტი დამაჯერებლობისთვის საჭიროა მისი უსუსური კრიტიკით გაჯერება. ასეთივე მოქმედებაა საჭირო, თუ მიზანი მოვლენის ნეგატიურად შეფასებაა. ამ შემთხვევაშიც საჭიროა მისი მომაბეზრებელი ქებით გაჯერება. ორივე შემთხვევაში საჭიროა ისეთი კონტრარგუმენტების მოყვანა, რომ პოზიციის ასარჩევად მაყურებელს ზედმეტი კითხვა არ გაუჩნდეს.

3. საჭიროა ფაქტების სრულად მოპოვება და შემდგომ მათი გამჟღავნება. მაგალითად, აღმოჩენილია 5 გაყალბებული ბიულეტენი. ეს ინფორმაცია შესაძლოა საინფორმაციო პროგრამით, მაგალითად, გადაიცეს ასე: "აღმოჩენილია 5 გაყალბებული ბიულეტენი. ოპოზიციის განცხადებით, ასეთი ყალბი ბიულეტენები ყველა საარჩევნო უბანზეა, თუმცა ამ ეტაპზე დამკვირვებლებმა მხოლოდ ეს დარღვევა გამოააშკარავეს, რადგან სხვა უბნებზე მათ არ უშვებენ. ხელისუფლების წარმომადგენელთა განცხადებით, არჩევნები სერიოზული დარღვევების გარეშე მიმდინარეობს. საერთაშორისო დამკვირვებლები კი არ გამორიცხავენ, რომ შესაძლოა გაყალბებული ბიულეტენები კვლავ აღმოაჩინონ". ამ შემთხვევაში წამყვანის ტექსტში მოცემულია ორივე პოზიცია, თუმცა ფაქტი ნამდვილად გამჟღავნებულია, რადგან 5 ბიულეტენი არ უნდა იყოს განგაშის საბაბი. ასეთი ინფორმაციის მოსმენისას მაყურებელთა უმრავლესობას უჩნდება განცდა, რომ არჩევნები ტოტალურად გაყალბდა იმის მიუხედავად, რომ საუბარი მხოლოდ 5 ბიულეტენზეა და ტოტალური გაყალბების შესახებ ტექსტში არაფერი იყო ნათქვამი. “კომენტარის”

⁶ O’Hara R.C., “Media for the Millions”, pg 121, 1961y.

მთავარი პირობა სწორედ ისაა, რომ დასკვნა წამყვანის ტექსტში არ უნდა იყოს. ეს მათი პრეროგატივაა, ვისთვისაც განკუთვნილია ინფორმაცია.

4. მაყურებლის მოსაზრების გასამყარებლად საჭიროა შედარებების, სხვა ქვეყნების გამოცდილების მოყვანა. შედარებები ასევე გამოიყენება იმისთვის, რომ ხაზი გაესვას ამა თუ იმ მოვლენის მნიშვნელობას.

მეთოდთა ამ ნაზავს აშშ-ში “მოწამლულ სენდვიჩს” უწოდებენ. ეს სახელწოდება “კომენტარის” ძირითადმა მახასიათებელმა განაპირობა. მაყურებელი არ იღებს პირდაპირ დასკვნებს, მითითებებს. შესაბამისად, დარწმუნებულია, რომ ამ დასკვნამდე თავად მივიდა.

საზოგადოებრივი აზრის “საჭირო მიმართულებით” წარმართვის ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება კინოა. ისე, როგორც ტელევიზიაში - აქაც მოცემულია ორი ურთიერთსაწინააღმდეგო მხარე. მხატვრულ ფილმში ამ ეფექტის მიღწევა ძალზე იოლია. იმ ფილმთა ჩამონათვალი, სადაც ბოროტების ჩამდენს მაყურებელი თანაუგრძნობს, შორს წაგვიყვანს. თუმცა, როგორც აღვნიშნეთ, თითქმის ყველა ასეთ ფილმში მოცემულია გმირის როგორც უარყოფითი, ასევე დადებითი მხარე, რაც ნეგატივს ფარავს. ყოველივეს საწყისი კინოში, ისე როგორც ტელევიზიაში, კონტექსტია. საზოგადოების განწყობას ამა თუ იმ მოვლენის, პერსონის მიმართ სწორედ კონტექსტი განაპირობებს.

“ფაქტის კონსტატაცია”. ეს ფანდი დაფუძნებულია აუდიტორიის ერთგვარ ჰიპნოზზე. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები სასურველს ფაქტად ასაღებენ. “ფაქტის კონსტატაცია” საზოგადოებაში საჭირო განწყობის შექმნას ისახავს მიზნად.

“ოპოზიციურ გაერთიანებაში აზრთა სხვადასხვაობა მატულობს”.

“პრეზიდენტის ადმინისტრაციის მეთაურის რეიტინგი სწრაფად ეცემა”.

“მემარჯვენეთა ფრაცქიას პარლამენტში მეტი და მეტი წევრი ტოვებს”.

“ოპოზიციური მოძრაობა მომხრეებს ელვის სისწრაფით კარგავს. გასულ თვეს მათი ელექტორატი 10-დან 8 პროცენტამდე დაეცა” და ა.შ.

ასეთი ტიპის ინფორმაციები ხშირად ვრცელდება. გათვლა აქ მარტივია. მოსახლეობის უმრავლესობა ფიქრობს, რომ - რადგან ამის შესახებ ყველა საუბრობს, ესე იგი - ეს შესაძლოა სიმართლეს შეესაბამებოდეს, “კვამლი

ხანძრის გარეშე არ არსებობს”. მაყურებელს უმცირესობაში ყოფნის განცდა ხელოვნურად უჩნდება. შესაბამისად, ასეთ სიტუაციაში ადამიანი ინიციატივას კარგავს და ენდობა მას, ვისაც ის “უმრავლესობის” წევრად თვლის. ამ შემთხვევაში “უმრავლესობას” მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები წარმოადგენენ, რომლებიც გამუდმებით იმეორებენ გაბუქებულ, ხშირ შემთხვევაში, არარსებულ ინფორმაციას. შედეგად, პოლიტიკური პარტია, რომელზედაც ახალ ამბებში აცხადებენ, რომ მას მხარდამჭერები ეცლება, რეალურადაც კარგავს მომხრეებს.

როგორც აღვნიშნეთ, “ფაქტის კონსტატაციას” “ჰიპნოზსაც” უწოდებენ. ეს ხერხი, მართლაც, მოიცავს ჰიპნოზისთვის დამახასიათებელ თვისებებს. აუდიტორიას მიეწოდება 10 უტყუარი ინფორმაცია, მეთერთმეტე კი - “დამუშავებული”. საინფორმაციო სიუჟეტში ჩვენ თვალნათლივ ვხედავთ იმას, რასაც ჟურნალისტი კადრს გარეთ ჰყვება. მაგალითად, ასეთი სიუჟეტი:

კადრი	ტექსტი
ერთ-ერთი მინისტრი შედის დარბაზში, დელეგატები ფეხზე დგებიან, ტაში. სიტყვით გამოსვლის ფრაგმენტი. დამსწრეთა ინდიფერენტული მზერა. სხვა გამომსვლელის ფრაგმენტი. გამოსაყვანი კადრი.	დელეგატები მინისტრის გამოსვლას ელიან. მის გამოჩენას შეკრებილები ტაშით შეხვდნენ (მინისტრის გამოსვლის ფრაგმენტი, რომელიც წარადგენს სამოქმედო პროგრამას). მინისტრის განცხადებით, მომავალ წელს ეკონომიკური ზრდის ტენდენცია გაორმაგდება, თუმცა სახელმწიფო სტრუქტურებიდან გამოჟონილი ინფორმაციით - მინისტრის გეგმას მხარდამჭერები არ ჰყავს და, სავარაუდოდ, მის პროექტს დაიწუნებენ. მინისტრის გარდა - კონფერენციაზე არასამთავრობო ორგანიზაციის წარმომადგენლებიც გამოვიდნენ. კონფერენცია ორდღიანია და ის ხვალ საზეიმოდ დაიხურება.

ანუ - კადრში ხედავ ყველაფერს, რასაც ტექსტუალური დადასტურებაც მოჰყვება ერთი წინადადების გარდა: “მინისტრის გეგმას მხარდამჭერები არ ჰყავს და – სავარაუდოდ, მის პროექტს დაიწუნებენ”. ამ შემთხვევაში ფრაზის არც ვიზუალური და არც კონკრეტული ინფორმაციის დამადასტურებელი წყარო არ

არსებობს. ამის მიუხედავად, ასეთ კონტექსტში ნათქვამს მაყურებლის უმრავლესობა სიმართლედ აღიქვამს. სწორედ ეს არის ჰიპნოზის ერთ-ერთი ცნობილი საშუალება, როდესაც ადამიანს ფსიქოლოგი მარტივ სურათთან 10 ბარათს აჩვენებს. მაგალითად: ერთზე დახატულია შავი ტელეფონი (ფსიქოლოგი ამბობს, რომ ეს ტელეფონია), მეორეზე ყავისფერი ხის სკამი (ფსიქოლოგი ამბობს, რომ ეს სკამია) და ა.შ. შემდეგ ფსიქოლოგი (შავ ტელეფონზე) ამბობს ეს ტელეფონი ყვითელია, ეს სკამი ხისაა და ყავისფერია და ა.შ. ასეთი ტიპის მარტივი ჰიპნოზის შემდეგად კი ადამიანს, რომელსაც ეკითხებით, თუ რა სურათები ნახა, ის ყველას ჩამოთვლის, მათ შორის იტყვის, რომ მას (არა შავი) ყვითელი ტელეფონიც აჩვენეს.

ამ, ერთი შეხედვით, მარტივ და ამავედროულად “საიმედო” ხერხს ტელევიზიები ხშირად მიმართავენ. კინოში ამ მეთოდის საჭიროება არ არის, რადგან თუნდაც ისტორიული ხასიათის ფილმებში არარსებული ფაქტები შესაძლოა გათამაშდეს და ამას რეჟისორის ინტერპრეტაცია დაერქვას.

“ცრუ ანალოგია” – პროპაგანდის ეს მეთოდი, წინამორბედების მსგავსად, დამყარებულია ფსიქოლოგიურ “ხაფანგზე”. ამ შემთხვევაში სახიფათო მეთოდის არსს წარმოადგენს ადამიანის თვისება, იაზროვნოს ანალოგიებით, ანუ ცნობიერებაში ააშენოს ე.წ. “ფსევდოლოგიკური ანალოგიები.” ხალხის უმრავლესობისთვის განსჯის, აზროვნების სტილი წარმოადგენს ლოგიკური კავშირების კრებულს.

კონკრეტული მიზეზი + კონკრეტული ძიება = კონკრეტული შედეგი
ასეთია მსჯელობის მარტივი სქემა.

სწორედ ლოგიკურ კავშირთა კრებული წარმოადგენს ე.წ. “ჯანსაღ აზრს”, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ადამიანს სჩვევია, ერთ კონკრეტულ სიტუაციაში არსებული აზროვნების, ძიების ლოგიკური ჯაჭვი მოარგოს სხვა მოვლენას. სწორედ ამ შემთხვევაში იოლია ადამიანის აზროვნების მართვა. ამ ფსიქოლოგიურ თვისებას დიდი წარმატებით იყენებენ პროპაგანდისტები. პოსტ-საბჭოურ სივრცეში პროპაგანდისტების მიერ “ცრუ ანალოგიის” აქტიურად გამოყენება “გარდაქმნის” პერიოდში დაიწყო. სწორედ იმ პერიოდს ეკუთვნის ცნობილი მეტაფორა – “შეუძლებელია იყო ოდნავ ორსული, ანუ არსებული

ეკონომიკური პოლიტიკა უნდა სრულად დაინგრეს და აშენდეს ახალი საბაზრო ეკონომიკური ურთიერთობები.” ეს მაგალითი წარმოადგენს ცრუ ანალოგიის მარტივ ფორმულას. ადამიანი, ვინც გაუთვინცობიერებელია ეკონომიკურ პროცესებში (ასეთი კი მაშინდელი საბჭოთა მოსახლეობის უმრავლესობა იყო), ეთანხმებოდა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების ასეთ მოდელს. რეალობა კი სხვაა. ბუნებრივია, საბაზრო ეკონომიკასა და ორსულ ქალს შორის არავითარი კავშირი არ არსებობს. ანუ - ეს არის “ცრუ ანალოგია”, მეტიც, რეალურად ეკონომიკა არ სცნობს საკითხის ასეთ კონტექსტში (ან საბაზრო ეკონომიკა ან სოციალისტური სისტემა) განხილვას. “ან-ან” - ასეთი აზროვნება ეკონომიკისთვის მიუღებელია.

“ცრუ ანალოგიის” არაერთი მაგალითი და თავისებურება აქვს აღწერილი ს. კარა-მურზას წიგნში “აზროვნებით მანიპულაცია”. მისი მტკიცებით: *“ცრუ ანალოგიების მოშველიება არის შეგნებული აქცია ლოგიკის გასანადგურებლად, ანუ - ლოგიკის წინააღმდეგ მიმართული დივერსია”*.

“ცრუ ანალოგიების” გამოყენებით ყალიბდება მასებზე ზემოქმედების მძლავრი იარაღი. პროპაგანდის ამ მეთოდის მიზანი ე.წ. “ასოციაციური კავშირების” შექმნაა. მისი განხორციელება მასობრივი ინფორმაციის ყველა საშუალებით არის შესაძლებელი. ტელე-რადიოსა და პრესისგან განსხვავებით - სწორედ ასოციაციურ კავშირებზე არის დაფუძნებული კინოხელოვნება. ამდენად - “ცრუ ანალოგია” და მისი დახმარებით “ასოციაციების შექმნა” კინოინდუსტრიაში ხშირია.

“უკუკავშირი”. არაერთი ფსიქოლოგიური ექსპერიმენტის შედეგად დასტურდება, რომ ადამიანი, რომელიც რაიმე საჯარო გამოსვლაში ამა თუ იმ ფორმით მონაწილეობს, იცვლის თავის მოსაზრებას, შეხედულებებს იმ რეკომენდაციის მიხედვით, რასაც სცენარი ითვალისწინებს. პასიური დამკვირვებლისთვის მოსაზრების შეცვლა კი გაცილებით რთულია. პროპაგანდისტებს რეცეპტი ამ შემთხვევაშიც აქვთ. “უკუკავშირი” – ეს მეთოდი აუდიტორიის მონაწილეობას გულისხმობს. არსებობს სატელევიზიო “შეფუთვის” სხვადასხვა ფორმა: პირდაპირი ეთერისას ზარი სტუდიაში, ტელეფონის საშუალებით წარმოდგენილ ვარიანტებს შორის სასურველის არჩევა და ა.შ.

ასეთი მეთოდები უქმნის აუდიტორიას ილუზიას, რომ ისინი ინფორმაციული პროცესის თანამონაწილეები არიან.

თუ ერთხელ მაიც გიცდიათ რომელიმე ტელევიზიის პირდაპირ ეთერში დარეკვა, ნახავდით, რომ მანამ, სანამ უშუალოდ ღია ეთერში გაუშვებენ თქვენს შეკითხვას, მანამდე რედაქტორი (ხშირ შემთხვევაში, არაერთი) გეკითხებათ, რა შეკითხვის დასმას აპირებთ. მცირე გამოკითხვის შემდეგ, თუ ბედმა გაგიღიმათ, მოხვდებით პირდაპირ ეთერში. თუმცა, თუ თქვენ სხვა შეკითხვა (რედაქციისთვის არასასურველი) დასვით, სატელეფონო კავშირს აუცილებლად გათიშავენ. გადაცემისას ისმის მხოლოდ ის მოსაზრება, რომელიც შეესაბამება სარედაქციო პოლიტიკას.

“არასოდეს დასვათ ისეთი შეკითხვა, რომელზედაც ვერ მიიღებთ თქვენთვის სასურველ პასუხს.” – ამ დევიზს ემყარება სატელევიზიო ინტერაქტიული გამოკითხვები. კითხვები ისე უნდა იყოს ფორმულირებული, რომ მაყურებელს შეეკმნას “სწორი” შეხედულება ამა თუ იმ პრობლემაზე. ამის მიღწევა არც ისე რთულია. მთავარია, აუდიტორიის ფსიქოლოგია კარგად იყოს შესწავლილი. ერთი და იმავე შინაარსის კითხვაზე თქვენ შეძლებთ მიიღოთ რადიკალურად განსხვავებული პასუხი. 1980-იან წლებში ეს მეთოდი აშშ-ში ფსიქოლოგებმა - ბ. ლოკერბიმ და ს. ბორლიმ - საფუძვლიანად შეისწავლეს. მარტივმა გათვლებმა გაამართლეს. 1983 წლიდან 1986 წლამდე ნიკარაგუის ანტისახელმწიფოებრივი ძალებისთვის დახმარების აღმოჩენის შესახებ ამერიკელთა მოსაზრება მკვეთრად იცვლებოდა. შედეგი დამოკიდებული იყო ინტერაქტივის კითხვის ფორმულირებაზე. ამერიკელი მოსახლეობის უმრავლესობა თანახმა იყო, მათი სახელმწიფო დახმარებოდა ნიკარაგუის კონტრას (ანტისახელმწიფოებრივ ძალებს) იმ შემთხვევაში, თუ კითხვა პოლიტიკური კუთხით იყო დასმული და მასში ნახსენები იყო “კონტრა”, რონალდ რეიგანი ან კონტრას იდეოლოგიური მხარე. მოკლე პერიოდის შემდეგ ასევე ამერიკელთა უმრავლესობა ნიკარაგუისთვის დახმარების გაწევის წინაღმდეგი იყო, რადგან დასმულ კითხვაში ფიგურირებდა კონკრეტული თანხა, რაც ნიკარაგუის დახმარებისთვის იყო საჭირო. ეს “პოლიტიკური თამაში” 3 წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა,

რონალდ რეიგანი კი, სიტუაციიდან გამომდინარე, იყენებდა “თავისუფალი” ამერიკელი ხალხის უმრავლესობის მოსაზრებას.

პირდაპირ ეთერში ტელეფონის ზარს და ინტერაქტივს ემატება კიდევ ერთი – “მოსახლეობის აზრი”. ანუ, ქუჩაში ხალხის გამოკითხვის ჩვენება. ნებისმიერ ადამიანს ესმის, რომ ჟურნალისტი იმ კომენტარს აირჩევს და ჩადებს გადაცემაში, რომელიც მას “აწეობს”, თუმცა უკვე მრავალი წელია, ტელევიზორის ყურებისას, ეს ფანდი მაინც მოქმედებს. მაყურებელს, რომელსაც განსხვავებული აზრი აქვს, უყალიბდება ე.წ. “თეთრი ყვავის” ფსიქოლოგია. როდესაც გადაცემაში - პირდაპირ ეთერში - ისმის რამდენიმე სატელეფონო ზარი და აღშფოთებული მაყურებელი ამტკიცებს თავის სიმართლეს, ეკრანზე კი ინტერაქტივის შედეგებია და უმრავლესობა სწორედ ამ აზრზეა და ამას ქუჩის გამოკითხვაც ემატება, ტელევიზორთან მყოფი განსხვავებული აზრის მქონე ადამიანი შეხედულრებას იცვლის, ან თვლის, რომ ის დიდ უმცირესობაშია და ხმამაღლა მისი განსხვავებული აზრის გამოთქმა უხერხულიც კია.

ყველა ამ მეთოდს იყენებდა მაგალითად, პრეზიდენტი შევარდნაძე ყოველთვიურ გადაცემაში “საქართველოს პრეზიდენტი გისმენთ” (გადაცემა გადიოდა სახელმწიფო ტელევიზიით პირდაპირ ეთერში 1999.). მიუხედავად იმისა, რომ იმ პერიოდში პრეზიდენტ შევარდნაძეს ძალიან დაბალი რეიტინგი ჰქონდა, ამ გადაცემას ბევრი მაყურებელი ჰყავდა და, რაც მთავარია, მაყურებლის უმრავლესობა (იმის მიუხედავად, რომ გადაცემაში “საქართველოს პრეზიდენტი გისმენთ” ბევრი რამ დასახვეწი იყო) თვლიდა, რომ პრეზიდენტი უშუალოა და მოსახლეობასთან კონტაქტს არ გაურბის. ასეთი ტიპის საიმპიჯო გადაცემებს არაერთი ქვეყნის პრეზიდენტი მიმართავს. ყველა პრეზიდენტს ასეთი ტიპის გადაცემებისაგან სჭირდება მხოლოდ ერთი – უშუალო მმართველის იმიჯი. ეს ის შემთხვევაა, როდესაც “საუკეთესო ექსპრომტი – წინასწარ მომზადებული ექსპრომტია” ასეთია რეალობა. სხვადასხვა ქვეყნის ლიდერი თუ პოლიტიკური მოღვაწე, თუ მას ძლიერი ე.წ. იდეოლოგია ჯგუფი ჰყავს, ყოველთვის იცის, რა შეკითხვას დაუსვამენ ჟურნალისტები. ამას გარდა, ყოველთვის წინასწარაა დადგმული ხალხთან შეხვედრის სცენები. ცნობილი ფაქტია, რომ, მაგალითად, საფრანგეთის პრეზიდენტს - დე გოლს არცერთ პრესკონფერენციაზე არ მიუღია

კითხვა, რომლის შესახებაც მან წინასწარ არ იცოდა. ანალოგიურ მეთოდს მისდევენ ამერიკის პრეზიდენტები. თეთრ სახლში გამართულ პრესკონფერენციაზე ყველა შეკითხვა, რასაც ჟურნალისტები დასვამენ, წინასწარ ცნობილია პრესსამსახურისთვის. რუსეთის პრეზიდენტის ბ. ელცინის პრესსამსახურის თანამშრომელი დ. შევჩენკო წერს: *“პრესკონფერენციებზე დასასმელი ყველა კითხვა თანხმდებოდა ბორის ელცინთან. მან კითხვების რიგითობაც იცოდა და ისიც, თუ რომელი ჟურნალისტი სად იჯდებოდა. კოსტიკოვი მას ყოველი პრესკონფერენციის წინ სქემას უხაზავდა”*.

“უკუკავშირი”, ერთი შეხედვით, არ ხერხდება კინოს საშუალებით, თუმცა ეს ასე არაა. “უკუკავშირის” ერთ-ერთი მთავარი მიზანი, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, იასაა, რომ წარმოაჩინოს ქვეყნის კონსტიტუციის გარანტიის უშუალობა, წარმოაჩინოს ის, რომ ქვეყნის მეთაური ადამიანია, რომელსაც ისეთივე სურვილები, ისეთივე პრობლემები უჩნდება, როგორიც ჩვეულებრივი ოჯახის უფროსს. ამ მხრივ პოლიფუდის პროდუქციას კონკურენტი არ ჰყავს. არაერთი ფილმი გადამღებული, სადაც ამერიკის პრეზიდენტი წარმოჩენილია - როგორც ჩვეულებრივი ადამიანი, მაგრამ ამავედროულად - მისაბადი მეუღლე, მამა, გმირი, რომელიც ჩვეული ლაღი ამერიკელის ცხოვრებით ცხოვრობს.

“პროპაგანდა მხოლოდ მაშინაა არაეფექტური, როდესაც ის გარეგნულად ჰგავს პროპაგანდას”. ამიტომ არსებობს კიდევ ერთი ფანდი - **“შემოვლთი გზა”**. ხშირია, როდესაც ადამიანს არ უნდა, რომ გაიგოს განსხვავებული პოზიცია. ამიტომ, როდესაც ასეთი რამ ისმის ტელევიზიით, ის უბრალოდ რთავს სხვა არხზე, ან თიშავს ტელევიზორს. როგორ “დავაბათ” მაყურებელი ეკრანთან? ამისთვის არსებობს რამდენიმე ხერხი. პირველად ეს მეთოდი მეორე მსოფლიო ომის დროს “ბიბისი“-მ გამოიყენა. გერმანიის ტერიტორიაზე რადიომაუწყებლობისას პროგრამებში პერიოდულად ცხადდებოდა ამინდის პროგნოზი, რომელიც ნებისმიერი პოლიტიკური მრწამსის მქონე ადამიანისთვის საინტერესო და საჭირო ინფორმაცია იყო. გერმანიაში ბევრი მხოლოდ ამიტომ უსმენდა “ბიბისი“-ს გადაცემებს. მსმენელი “დაბმული” იყო. გამოცხადებული ამინდის პროგნოზის მაქსიმალური სიზუსტე ზრდიდა რადიოსადგურის (როგორც

უტყუარი, ობიექტური ინფორმაციის წყაროს) რეიტინგს. თანდათანობით მეთოდი დაიხვეწა და ფაქტოგრაფიული პროპაგანდის სახე მიიღო. რადიოგადაცემებში ხშირად ისმოდა ბერლინის კონკრეტული ქუჩის დასახელებები, სახლების ნომრები, ჯარისკაცების სახელები და გვარები. ომის დროს ინგლისელ ჯაშუშებს ხელში ჩაუვარდათ ერთ-ერთი გერმანული წყალქვეშა გემის ეკიპაჟის სია და ყველანაირი ინფორმაცია მათი ოჯახების შესახებ. ეს ცნობები ფაქტოგრაფიული პროპაგანდის განხორციელების საუკეთესო საშუალებას იძლეოდა. რადიოგადაცემები, რომლებიც გერმანულ ენაზე ინგლისურ-ამერიკული დაზვერვის ხელმძღვანელობით გადაიცემოდა, ყოველდღიურად იწყებოდა ამ კონკრეტული წყალქვეშა გემის ეკიპაჟთან მიმართებით. ეკიპაჟს აწვდიდნენ სხვადასხვა ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ როგორ იყვნენ მათი ოჯახის წევრები. მაგალითად (ერთ-ერთი მიმართვა): *“ზვენ მოგმართავთ თქვენ, წყალქვეშა გემის - 507-ის კაპიტან-ლეიტენანტო ბლუმ. თქვენი მხრიდან შეცდომა იყო მეუღლის ბრემენში დატოვება. იქ ახლა თქვენი მეგობარი კაპიტან-ლეიტენანტი გროსბერგია. ისინი ერთად მინიმუმ სამჯერ ნახეს რესტორანში, თქვენი მეზობელი ქალბატონი მოგლერი კი იუწყება, რომ თქვენი შვილები მეუღლემ მეკლენბურგში დედასთან გაგზავნა”*. (ი. ბუნიჩის წიგნი “ოპერაცია “ელვა”). ასეთი ტიპის ინფორმაციის შემდეგ გადაიცემოდა ანტინაციისტური პროპაგანდისტული მოწოდებები: გერმანიას შანსები აღარ აქვს, ნაცისტები გამოუვალ მდგომარეობაში არიან და ა.შ. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ შემოვლითი გზა” დაიხვეწა. სხვადასხვა ფაქტოგრაფიული მასალის გათამაშება არ არის შემოვლითი გზის” ერთადერთი “იარაღი”. არსებობს სხვა მეთოდებიც. ერთ-ერთი საზოგადოების შეხედულებების, გემოვნების გაზიარებაა სხვა, მასალის ისე დამუშავება, თითქოს ეს უბრალოდ ავითარებს იმ მოსაზრებას, რაც მოსახლეობაში ტრიალებს. ამ მეთოდების განხორციელებას და სასურველი შედეგის მიღებას დიდი დრო სჭირდება. თუკი გარკვეული პროპაგანდისტული ხაზის განსახორციელებლად დაგეგმილია შემოვლითი გზა (კონფლიქტურ ზონებში ეს ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური სტრატეგიაა), ამ შემთხვევაში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს მოწინააღმდეგეთა აუდიტორიის პატრიოტულ გრძნობებზე თამაშს. საჭიროა ნაციონალური თვისებების, ერის მიღწევების,

ნაციონალური გენიების მნიშვნელობის ერთიორად აწევა. ამა თუ იმ ადამიანთა ჯგუფის მიმართ გულწრფელი თანაგრძნობის გამოხატვა და ა.შ. ამავდროულად, პირველ ეტაპზე არაფერი არ უნდა ითქვას საკუთარი მიღწევების, თვისებების შესახებ. მართალია, შეიარაღებული კონფლიქტისას ნაციონალურ გრძნობებზე თამაში სახიფათოა, მაგრამ თუ ის სტრატეგიული გეგმის ნაწილია და სწორად არის გათვლილი, სასურველ შედეგს მოიტანს. სწორედ ასეთი ტიპის მექანიზმი შემუშავეს აშშ-ში ცენტრალური სადაზვერვო ბიუროს ანალიტიკოსებმა 1950-იან წლებში. “ფსიქოლოგიური ომი საბჭოთა კავშირის წინააღმდეგ” - ასეთი სახელწოდება აქვს ცივი ომის დროს შემუშავებულ დოკუმენტს. მასში მოცემულია სხვადასხვა რეკომენდებული თემები, რომელთა პროპაგანდაც უნდა განხორციელდებოდა და წარმატებით განხორციელდა კიდევ. გთავაზობთ დოკუმენტის სიას, რომელიც საზოგადოების “დამუშავების”, კლასიკური სტრატეგიის, ერთ-ერთი საუკეთესო მაგალითია:

“ამოცანა №1. საბჭოთა ხალხის, განსაკუთრებით კი რუსების სულიერი ღირებულებების, მორალური და ეთიკური კონცეფციების გახსნა და განვითარება და თავისუფალი მსოფლიოს ფასეულობების იდენტიფიკაცია მათ ფასეულობებთან. რეკომენდებული თემატიკა:

ა) გულწრფელობა, თანაგრძნობა, ოჯახის სიყვარული, სტუმართმოყვარეობა – აი, რამდენიმე ღირებულება, რაც ძვირფასია საბჭოთა ხალხისთვის. ყველაფერი ეს არის მათი სულიერი ცხოვრების პროდუქტი, ასევე თავისუფალი მსოფლიოსთვისაც, მაგრამ ეს საბჭოთა მთავრობის მიერ უგულებელყოფილია.

ბ) რუსი ხალხის ისტორიული მნიშვნელობა მსოფლიოს განვითარების სხვადასხვა სფეროში: ფილოსოფია, ხელოვნება, მეცნიერება ყოველთვის აღიარებული და პატივსაცემი იყო თავისუფალი მსოფლიოს ერებისთვის.

გ) რუსული ლიტერატურის, პოლიტიკური ფილოსოფიის, და ეთიკის შესწავლა გვიჩვენებს, რომ რუსეთი იზიარებდა და იყო იმ სოციალური და კულტურული გავლენის ქვეშ, რასაც დასავლეთი ავითარებდა. რუსი ხალხის პოლიტიკური და ეთიკური იდეალები ისეთივეა, როგორიც დასავლეთის, რადგან რუსეთსა და დასავლეთს საერთო სულიერი საზრდო აქვს. სულიერება

დაამახინჯა კომუნიზმმა, მაგრამ არ გადაუგვარებია. გაფრთხილება: დასავლეთის გავლენაზე საუბრისას ჩვენ არ უნდა გადავაჭარბოთ.

დ) რუსული ოჯახი დაფუძნებულია სიყვარულზე, ნდობაზე, ურთიერთხელშეწყობასა და სხვათა უფლებების მიმართ პატივისცემაზე. ეს ფასეულობა საერთოა თავისუფალ მსოფლიოსთან.

ე) ის, რისთვისაც საბჭოთა ხალხი იბრძოდა რევოლუციის დროს, - მშვიდობა, თავისუფლება და კარგი ცხოვრება - ყველასთვის წარმოადგენს მთავარ კონცეფციას. ეს პრინციპები ყოველდღიურად ხორციელდება თავისუფალ სახელმწიფოთა პოლიტიკურ ცხოვრებაში.

ვ) უნდა დაარწმუნოთ რუსი ხალხი, რომ თავისუფალ მსოფლიოს არ აქვს არანაირი ჩანაფიქრი მათი და მათი ქვეყნის წინააღმდეგ. მხოლოდ ცდილობს, მოუტანოს მათ თავისუფლება და სურვილი აქვს, იცხოვროს მეგობრულ-თანამშრომლურ მსოფლიოში”.

ეს დოკუმენტი ასევე მოიცავს “რეკომენდებულ თემატიკათა ნუსხას” იმის შესახებ, თუ რა უნდა ითქვას ამერიკის შეერთებული შტატების შესახებ:

ა) აშშ მშვიდობის მოყვარულია. პატივს სცემს სხვა სახელმწიფოთა დამოუკიდებლობას და სუვერენიტეტს.

ბ) ამერიკელი ხალხი ასხვავებს საბჭოთა ხალხს საბჭოთა მთავრობისაგან.

გ) აშშ-ს არასოდეს უომია რუსეთთან.

დ) აშშ ეხმარებოდა საბჭოთა ხალხს მეორე მსოფლიო ომის დროს ჯერ კიდევ მაშინ, როდესაც აშშ-ს ომი არ ჰქონდა გერმანიასთან.

ე) აშშ განაგრძობდა საბჭოთა ხალხის დახმარებას მეორე მსოფლიო ომის დასრულების შემდეგაც.

ვ) ამერიკელები უზიარებდნენ თავის ცოდნას და გამოცდილებას საბჭოეთს მრეწველობის განვითარების შესახებ.

ზ) ტექნიკისა და მეცნიერების სიყვარული საერთოა ამერიკელ და საბჭოელ ხალხთა შორის.

თ) ჩვენი სახელმწიფოები ძლიერია და ჩვენ ვსახავთ გაბედულ გეგმებს.

ი) ჩვენ ერთნაირი პიონერული სულისკვეთება გვაქვს.

კ) აშშ –ში ცხოვრობს მრავალი ათასი რუსული და უკრაინული წარმოშობის ადამიანი, რომლებიც დიდ გავლენას ახდენენ ამერიკულ ცხოვრებაზე.

ლ) რუსული და უკრაინული ხალხური მუსიკა, ისევე როგორც მათი კომპოზიტორებისა (მათ შორის საბჭოთა), ხშირად სრულდება აშშ-ში. ბევრი ჩვენი გამოჩენილი მუსიკოსი წარმოშობით რუსია.

მ) რუს მწერალთა რომანები და მოთხრობები ძალიან პოპულარულია აშშ-ში. ყველა მთავარ უნივერსიტეტში ისწავლება რუსული ლიტერატურა.

ნ) ამერიკელმა ხალხმა იცის საბჭოელების მამაცობის, ენერგიის და ნიჭიერების შესახებ და არაერთხელ ბევრ ამერიკელს საჯარო გამოსვლისას ეს თვისებები აღუნიშნავს.

ო) აშშ ეხმარება ყველა სახელმწიფოს იმის მიუხედავად, იზიარებენ თუ არა ისინი აშშ-ს პოლიტიკურ მრწამსს.

პ) ამერიკულ თეატრში დღემდე სწავლობენ სტანისლავსკის სისტემას და არასოდეს ფარავენ ამას.

ჟ) აშშ-ის მთავრობა, აგრეთვე კერძო ორგანიზაციები, ცდილობს დაამყარონ კულტურული, სამეცნიერო და ტექნიკური გაცვლითი სისტემა საბჭოთა კავშირთან.

რ) ის იდეალები, რომლებსაც აშშ და თავისუფალი მსოფლიო იზიარებს საბჭოთა ხალხთან, წარმოჩენილია ამერიკულ და სხვა დასავლურ ლიტერატურაში, რაც არის ხელმისაწვდომი საბჭოთა კავშირში: სტეინბეკი, სინკლერი, მარკ ტვენი, ჯეკ ლონდონი, დიკენსი და ა.შ.”

აღსანიშნავია ის, რომ, მცირეოდენი შესწორებებით, ამერიკული პროპაგანდისტული მანქანა დღემდე ასეთ მეთოდს იყენებს სხვა სახელმწიფოებთან მიმართებითაც.

“შემოვლითი გზა” არ გამოიყენება მხოლოდ შეიარაღებული კონფლიქტების დროს. წინასაარჩევნო პირდაპირი პროპაგანდა იშვიათად აღწევს მიზანს. ის მომხრეებს უფრო უღრმავეს მათ გადაწყვეტილებას. ისეთ დროს, როდესაც საჭიროა სხვა პოლიტიკური პარტიის ელექტორატის გადმოხიზვა, პირდაპირი პროპაგანდა არ ჭრის. საჭიროა შემოვლითი გზა. ამ შემთხვევაშიც

ინფორმაციის უტყუარობა დიდ როლს ასრულებს. ელექტორატის “დაბმის” სცენარი მარტივია: ადამიანი უყურებს ტელევიზორს და მისთვის მოულოდნელად გადმოცემენ საინტერესო ინფორმაციას (აუცილებლობას არ წარმოადგენს, რომ ინფორმაცია იყოს სკანდალური). შემდეგ - ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით - აქტუალური საკითხი ორიგინალური კუთხით იხსნება. კითხვას, რომელიც ტელევიზორთან მეოფს აინტერესებს, პასუხი გაეცა. გადაცემის ბოლოს კი ნათელი ხდება, რომ ეს იმ პარტიის ინფორმაცია და მოსაზრება იყო, რომელსაც ეს ადამიანი არ ენდობა. შედეგი: მაყურებელი თვლის, რომ არ აქვს მოტივე, არ ენდოს ამ პარტიის წარმომადგენლებს. მისთვის ეს პარტია მოწინააღმდეგეთა ბანაკი აღარ არის. ადამიანი ინტერესდება ამ პარტიის იდეოლოგიით. ასეთი შედეგი არ იქნებოდა იმ შემთხვევაში, თუ ტელევიზორთან მეოფ ადამიანს თავიდანვე ეცოდინებოდა, რომ ინფორმაცია “სხვა პარტიის” მიერ არის მოპოვებული და დამუშავებული. პირველი ასეთი ცდის დროს დამცავი ფარი, რომელიც აქვს მაყურებელს, გარღვეულია. განმეორებითი მცდელობისას ადამიანი მეტად დაინტერესდება. რამდენიმე ასეთი ნაბიჯის შემდეგ ადამიანი თვითონ იწყებს ამ პარტიის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის ძებნას. თუ პარტიის მიერ მოპოვებულ ინფორმაციებს თან ახლავს (გასაგებ ენაზე გადმოცემული) ლოგიკური ახსნა-განმარტებები, მაშინ ადამიანი თავად ვერ აცნობიერებს, ისე იცვლის პოლიტიკურ ორიენტაციას. საუკეთესო შემთხვევაში ეს პროცესი ისე მიმდინარეობს, ადამიანი დარწმუნებულია, რომ თავის შეხედულებებს არ უღალატა, უბრალოდ ის - მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებს სხვა კუთხით, სხვა პოზიციიდან აკვირდება.

არის მეორე ვარიანტიც - ადამიანის ცნობისმოყვარეობაზე თამაში. ამ შემთხვევაში სტრატეგიული გეგმის დასაწყისი რადიკალურად განსხვავებულია. ადამიანი უყურებს მოწინააღმდეგე პარტიის ლიდერს. მოტივი ისაა, რომ მეორე დღეს ის კოლეგებთან, მეგობრებთან გააკრიტიკოს. გადიზიანება და ცნობისმოყვარეობა “აბამს” მას ტელეეკრანთან. პოლიტიკური პარტიის ლიდერის მხრიდან სწორი იდეოლოგიის გატარების შემთხვევაში ადამიანი თანდათან სხვანაირად იწყებს აზროვნებას. რამდენიმე მცდელობის შემდეგ ადამიანი ფიქრობს, რომ ამ პოლიტიკური პარტიის ლიდერი გამაღიზიანებელია, მაგრამ,

თუ დაკვირვებით მოუსმენ, ის ჭეშმარიტებას ამბობს და მისი აზროვნების მიმდინარეობაც ლოგიკურია. შედეგიც არ დააყოვნებს, ადამიანს ავიწყდება თავისი რჩეული პოლიტიკური პარტიის ლიდერი და იცვლის პოლიტიკურ ორიენტაციას.

“შემოვლითი გზის” ამ მეთოდების გამოყენებისას მთავარი ისაა, რომ, როგორი რადიკალურიც უნდა იყოს პოლიტიკური პარტია, ის არ უნდა შევიდეს კონფლიქტში საზოგადოებასთან. არ უნდა დაგმოს მოცემულ საზოგადოებაში აღიარებული მსოფლმხედველობა.

თუ შეიარაღებული კონფლიქტის რეგიონში მშვიდობიანი მოგვარების გეგმა არსებობს, მაშინ “შემოვლითი გზა” გეგმის ერთ-ერთი ძირითადი ნაწილი უნდა იყოს. როგორც ზემოთ მოგახსენეთ, ამ მეთოდს ეფექტურად იყენებენ ამერიკელები. როგორც ცივი ომის დროს ცენტრალური სადაზვერვო ბიუროს მიერ შემუშავებულ თემათა ნუსხაში ნახეთ, წამყვანი ნაწილია კულტურის თემა. კულტურულ ექსპანსიას ამ შემთხვევაში დიდი ადგილი უკავია. მიზნის მისაღწევად სასურველია შემუშავებული იყოს კულტურული ექსპანსიის სქემა. კონფლიქტის რეგიონში მცხოვრებ დაპირისპირებულ მოსახლეობას მუდმივად უნდა მიეწოდებოდეს მსოფლიო ღირებულებებზე შექმნილი აპოლიტიკური კინოპროდუქცია, ლიტერატურა, მუსიკა და ა.შ.

“ყურადღების გაფანტვა”. აუდიტორიის დასარწმუნებლად უმჯობესია, რომ პროპაგანდისტული სტრატეგია იყოს გასართობი, საინფორმაციო და დამაჯერებელი კომპონენტების კომბინაციით შექმნილი. მარტივი სქემა სეთია:

გართობა + დამაჯერებელი ინფორმაცია + გართობა

ასეთი კომბინაცია მაქსიმალურად ბლოკავს ადამიანის კრიტიკული აღქმის უნარს. ანუ, ხდება ყურადღების გაფანტვა. 1960-იან წლებში დადგინდა, რომ ინფორმაციას, რომელიც მიმართულია რაიმე აზრის საწინააღმდეგოდ, ხალხი არ აღიქვამს მტკივნეულად, თუ ინფორმაციის მიწოდებისას მათ ყურადღებას სხვა რამეზე გადავიტანთ. თავდაპირველად ეს სქემა განხორციელდა რადიოში. ისმის პოპულარული მსუბუქი მუსიკა. “მიქშერით” შედის დიქტორის ხმა, ის აწვდის მსმენელს ინფორმაციას (რამაც ჩვეულ შემთხვევაში უკმაყოფილება უნდა

გამოიწვიოს), ასევე “მიქშერით” გამოდის ხმა და გრძელდება სიმღერა. ასეთ შემთხვევაში მიწოდებული ინფორმაციის გააზრებისა და კონტრარგუმენტაციაზე დაფიქრების უნარი მაქსიმალურად მცირდება.

1960-იანი წლების კვლევებმა აამაღლა ტელევიზიისა და პრესის მანიპულირების ეფექტურობა. გაზეთებში ინფორმაციები ისე გადანაწილდა, რომ მათ შორის ჩადებულია არაერთი გასართობი გვერდი, მსახიობთა ფერადი ფოტოები, რეკლამები და ა.შ. საჭიროების შემთხვევაში ასევე ეკლექტურად ეწყობა ტელევიზიის ახალი ამბების “ბადე”. ფსიქოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი ი. კაღანაუსკასი თვლის, რომ როდესაც მრავალფეროვანი ინფორმაცია დიდი მოცულობისაა, ადამიანი მას შინაარსობრივად ვერ ამუშავებს. ამიტომ, ცნობიერებაში ის აღიქმება - როგორც ერთი მთლიანი, ანუ ის კრიტიკულად არ აღიქმება.

“ყურადღების გაფანტვის” ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება ცნობიერებაში მკაცრად დაპროგრამებული (ტრადიციული) მოვლენებია. ამის ნათელი მაგალითი ბორის ელცინის უმტკივნეულო გადაყენებაა. რუსეთის პრეზიდენტის გადადგომა ძალზე გონივრულად იყო გათვლილი 1999წელს - 31 დეკემბერს, მაშინ, როდესაც სრულიად რუსეთი ემზადებოდა ახალი წლის შესახვედრად. მომდევნო დღეებში, ნაბახუსევს, პოლიტიკური მოვლენები სერიოზულად არავის აღუქვამს. მას მალე შობა, შემდეგ კი “ძველით ახალი წელი” მოჰყვა და რუსეთის საზოგადოებამ სადღაც 20 იანვარს გააცნობიერა, რომ პრეზიდენტი შეიცვალა.

“ყურადღების გაფანტვის” ყველაზე ძლიერი ეფექტი გახმაურებულ მეკვლეობებს, ტერორისტულ აქტებს, კატასტროფებს და სკანდალებს აქვთ. სწორედ ამგვარი შემთხვევების დროს პოლიტიკოსებმა უნდა იჩქარონ, გააკეთონ თავიანთი “ბნელი საქმე”.

“ყურადღების გაფანტვის” მეთოდის ერთ-ერთი ფანდი წინასაარჩევნო კამპანიის დროს მოწყობილი კონცერტები და სახალხო სეირნობებია. სიმღერის დასრულებისას ესტადის ვარსკვლავები ამბობენ: მიეცი ხმა X პარტიას, თორემ შენ წააგებ. ეს, მართალია, მოძველებული ხერხია, რომელსაც ყურადღებას

თითქოს არავინ აქცევს, მაგრამ მეთოდი საზოგადოების გარკვეულ ფენაზე მაინც მოქმედებს.

“მოწმეები” – ეს “ემოციური რეზინანსის” ერთ-ერთი განშტოებაა. “მოწმეები” საკმაოდ ეფექტური ფანდია. ის ხშირად საომარი მოქმედებების დროს, ან მათ დაწყებამდე გამოიყენება. ხდება “შემთხვევითი” ხალხის გამოკითხვა, რომელთა საუბრიდან მონტაჟდება ემოციური სიუჟეტი. ძლიერი ეფექტი აქვს ატირებული ბავშვების, უმწოდ დარჩენილი მოხუცებისა და ახალგაზრდა ინვალიდების ჩვენებას.

“მოწმეების” კლასიკური მაგალითია 1990 წელს ერაყში დაწყებული საომარი მოქმედებების პერიოდი. 1990 წლის ოქტომბერში მსოფლიოს მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები აგრცელებდნენ 15 წლის გოგონას მონაყოლს, თითქოს მან საკუთარი თვალით ნახა, როგორ გამოიყვანეს ერაყელმა ჯარისკაცებმა სამშობიაროდან 15 ახალშობილი და დააწვინეს ქვის ცივ იატაკზე, რომ დახოცილიყვნენ. ამ ისტორიის მთხრობელი გოგონას სახელი მისი ოჯახის უსაფრთხოების მიზნით გასაიდუმლოებული იყო. ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტი ჯორჯ ბუში ამ ისტორიას ერაყში შეჭრისას 40 დღის განმავლობაში ათჯერ მოჰყვა. მოგვიანებით ცნობილი გახდა, რომ ეს 15 წლის გოგონა ამერიკაში კუვეიტის ელჩის შვილი იყო, ხოლო დიდი ემოციური მუხტით დამონტაჟებული მოხუცები და ინვალიდები - წინასწარ მომზადებული ხალხი. ეს გეგმა ცნობილმა “PR” კომპანიამ – “Hill & Knowlton”- მა შეიმუშავა. იმის მიუხედავად, რომ საიდუმლო ინფორმაციამ გაჟონა, PR კომპანიამ მიზანს მაინც მიაღწია. გეგმამ შედეგი გამოიღო. რეალობამ კი აღარავინ დააინტერესა. გოგონას ისტორია და მოწმეები დღემდე ყველას ახსოვს.

დოკუმენტური ფილმები ამ ფანდის განხორციელების საუკეთესო საშუალებაა. “მოწმეების” ძირითადი პრინციპი სწორედ წინასწარ კარგად გააზრებული სცენარის მიხედვით აწყობილი დოკუმენტური კადრებია. ასეთი ტიპის არაერთი ფილმია გადაღებული, თუმცა ჩვენ ვერასდროს გადავამოწმებთ, რამდენად რეალურია ესა თუ ის მონათხრობი.

“ისტორიის გადაწერა”. იმისთვის, რომ საზოგადოებას გაეთიშოს რამდენიმე თაობის საღი აღქმის უნარი, “გამოერეცხოს” მეხსიერება და ჩამოუყალიბდეს “საჭირო” მსოფლმხედველობა, საჭიროა ისტორიული მახსოვრობის დანგრევა - “ისტორიის გადაწერა”.

ცნობიერების მანიპულირების თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით შესაძლებელია, ადამიანის მეხსიერებაში განადგურდეს რეალური ისტორიული ფაქტები და მას ხელოვნურად შექმნილი ისტორიული სურათი ჩაენაცვლოს. ამის მიღწევა დღეს წიგნებით, ლექციებით, ჟურნალ-გაზეთებით, რადიო – ტელევიზიით, თეატრალური წარმოდგენებითა და კინოფილმებითაა შესაძლებელი. ნაბიჯ-ნაბიჯ შენდება ილუზორული სამყარო, რომელიც ადამიანის ცნობიერებაში თანდათან აღიქმება, როგორც რეალობა. რეალური მეხსიერება კი სიზმარი ხდება.

“ისტორიის გადაწერისას” ცენტრალური ადგილი კინემატოგრაფს უკავია. კინოპროდუქციის შესაძლებლობები ამ შემთხვევაში განუზომელია. ფილმს შეუძლია, მაყურებელს შეუქმნას სამართლიანობის განცდა და მორალურად გაამართლოს გმირი იმის მიუხედავად, თუ რა როლი ეკავა მას მსოფლიო ისტორიაში. ასეთი ფილმის ყურებისას ყველაფერი ვითარდება ემოციურ ღონეზე, რასაც ცნობიერება ვერ აკონტროლებს. ასეთ შემთხვევაში რაციონალური კონტრარგუმენტები არ მოქმედებს.

კინოფილმის მეშვეობით ადვილი შესაძლებელია, მაყურებელი აიძულო, განიცადოს ჰიტლერის ბედი, გაამართლოს მისი მოქმედებები და ცრემლიც კი წასკდეს თვითმკვლელობის სცენის ყურებისას. სამართლიანობის გრძნობით მანიპულირება პოლიფუდის საფირმო ნიშანია. ამერიკული კინოპროდუქციის მეშვეობით “ისტორიის გადაწერა” ხშირია.

მასკულტურის სფეროს, მისი პრიმიტიულობის მიუხედავად, მრავალრიცხოვანი მაყურებელი ჰყავს, განსაკუთრებით ახალგაზრდობა. ამ სფეროში კი ლიდერი აშშ-ა. ზ. ბუქინსკის აზრით, მასკულტურა (სამხედრო და ეკონომიკურ ძლიერებასთან ერთად) მსოფლიოზე ამერიკის გავლენას უზრუნველყოფს, ისე, რომ მას ბადალი არ ჰყავს.

უმრავლესობას ნანახი აქვს ამერიკული ფილმები “რემბო” და “რემბო2”. სილვესტერ სტალონეს გმირი საკმაოდ ძლიერ ემოციას იწვევს პუბლიკაში. ამ ფილმის მეშვეობით ხდება მაყურებლის მეხსიერების შეცვლა, რომელმაც კარგად იცის ვიეტნამის ომის მიმდინარეობა. შესაბამისად, ერთი შეხედვით, შეუძლებელია ამერიკელებმა ეს დაივიწყონ, მაგრამ რეალობა ისაა, რომ ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა წააგო ომი ვიეტნამთან, თუმცა კინოეკრანზე მათ ეს ომი წარმატებით მოიგეს. “რემბო” გაიმარჯვა. ისტორია ბევრისთვის გადაიწერა.

პოლიეუდში ერთ-ერთი პოპულარული თემა მეორე მსოფლიო ომის ისტორიის გადაწერაა. ამერიკული ბლოკბასტერების ნახვის შემდეგ მაყურებელს ექმნება შთაბეჭდილება, რომ ნაცისტური არმია არა სტალინგრადსა და კურსკთან ომისას გატყდა, არამედ მაშინ, როდესაც ამერიკელებმა თავიანთი “რიგითი რაიანი” ტყვეობიდან გაათავისუფლეს. ფილმს “რიგითი რაიანის გადარჩენა” რუსეთში პროტესტი მოჰყვა. რუსულმა საზოგადოებამ ჩათვალა, რომ ეს ამერიკელთა მიერ მათი გმირობის ფეხქვეშ გათელვაა. თუმცა ამ ტალღამ მალე გადაიარა. პოლიეუდის ვარსკვლავმა ტომ ჰენკსმა კი რიგითი რაიანის როლის შესრულებისთვის მეორე მსოფლიო ომის ამერიკელი ვეტერანების საპატიო ჯილდო მიიღო. სტივენ სპილბერგის (ფილმის რეჟისორი) და ტომ ჰენკსის ტანდემი წარმატებული აღმოჩნდა. გაღიზიანების მიუხედავად, რუსულ ინტერნეტგამოკითხვებში ამ ფილმს დღესაც დიდი რეიტინგი აქვს. “რიგითი რაიანის გადარჩენას” წარმატება ტომ ჰენკსის პოპულარობამ დიდად განაპირობა. თითქოს წარმოუდგენელია, რომ საქართველოში, საიდანაც უამრავი ადამიანი ემსხვერპლა ნაციზმთან ბრძოლას, მეორე მსოფლიო ომის ისტორია გადაიწეროს, თუმცა ასალი თაობის უმრავლესობას, ვისაც “რიგითი რაიანის გადარჩენა” აქვს ნანახი, დარწმუნებულია, რომ ომში გარდატეხა სწორედ ისე მოხდა, როგორც ეს ფილმშია ნაჩვენები.

პოლიეუდის ბლოკბასტერები ძირითადად ემთხვევა ამერიკის პოლიტიკურ კურსს. ცივი ომის პერიოდში “კინოსუპერმენები”, როგორიცაა მაგ. ჯეიმს ბონდი, ებრძოდა პირსისხლიან საბჭოელ ჯაშუშებს და სუკის აგენტებს. 2002 წელს კი აგენტი 007 კორეელებს უვარდება ხელში, სადაც მას საღისტურად აწამებენ.

ახალ სერიაში უკვე დაიხატა მსოფლიოს ბნელი ძალის ახალი ბუდე. შესაძლოა ეს არაფერს უკავშირდებოდეს, თუმცა პერსპექტივაში სავარაუდოა, რომ ამერიკა საფრთხეს სწორედ კორეიდან ელის. შემთხვევით ჯეიმს ბონდი კორეაში ხომ არ აღმოჩნდებოდა. როგორც ფაქტები აჩვენებს, “ისტორიის გადაწერა” გრძელვადიანი პროცესია, თუმცა - შესაძლებელი.

“პერსპექტივა” – ამ ფანდს ხშირად იაფფასიან გამოხტომას უწოდებენ, მაგრამ ის - “იაფფასიანობის” მიუხედავად - საკმაოდ ეფექტური იარაღია. ეს ფანდი ძირითადად ომის პერიოდში გამოიყენება და ცალმხრივ გაშუქებას გულისხმობს.

ომის დროს აუცილებელია საკუთარი მოსახლეობისთვის მტრის ხატის გამძაფრება. დღევანდელ მსოფლიოში კი შეიარაღებულ კონფლიქტებში საერთაშორისო საზოგადოებაცაა ჩართული. ამიტომ ძლიერი მხარე მაქსიმალურად ცდილობს მოწინააღმდეგისგან დაუნდობელი მტრის ხატი შექმნას.

ამ ავანტიურაში ხშირად სოლიდური მედიასაშუალებები არიან გახვეული. 1998 წელს იუგოსლავიის კონფლიქტის დროს მოვლენები ცალმხრივად შუქდებოდა. 2000 წელს ამერიკის შეერთებული შტატების არმიის საინფორმაციო სამსახურის წარმომადგენელი, მაიორი ტ. კოლინზი წერს, რომ სამაუწყებლო კომპანია CNN ომის პროცესში აქტიურად იყენებდა და უხდიდა გარკვეულ გასამრჯელოს ამერიკული არმიის “PR” სპეციალისტებს, რათა ისინი CNN-ს დახმარებოდნენ კოსოვოს შესახებ “საჭირო” ინფორმაციის მიღებაში.

იუგოსლავიის კონფლიქტის შესახებ არსებობს ჩრდილო-ატლანტიკური ალიანსის წევრის აღსარებაც: *“როდესაც ჩვენ ვიცით, რომ ეს გააკეთეს სერბებმა, ვამბობთ, რომ სერბების ბრალია. როდესაც არ ვიცით, ვინ გააკეთა ეს, მაინც ვაცხადებთ, რომ სერბებმა გააკეთეს. ხოლო როდესაც ვიცით, რომ ეს სერბებს არ გაუკეთებიათ, ჩვენ ვაცხადებთ, რომ არ ვიცით, ვინ გააკეთა”*⁷.

შესაბამისად, ხდება ისე, რომ მსოფლიო საზოგადოების აზრი “სწორად” არის მიმართული და თუ მათი სახელმწიფო გადაწყვეტს, კონფლიქტურ

⁷ Pittsburg Post Gazette, interview, 7 November 1999y.

სიტუაციაში ჩაერიოს და იმ ქვეყნის მხარე დაიჭიროს, რომელიც “სწორ” პოლიტიკას ატარებს, საზოგადოება მხარს დაუჭერს, საპირისპირო მხარეს კი დემოკრატიული ქვეყნის მთავრობა არასდროს გადავა, რადგან მოსახლეობის გულისწყრომას დაიმსახურებს. ეს მეთოდი თანამედროვე საინფორმაციო ომის განუყოფელი ნაწილია.

“პერსპექტივა” ასევე მოიცავს ე.წ. “დემონიზაციის” ტექნოლოგიას. გამუდმებული ცალმხრივი პროპაგანდის წყალობით მსოფლიოს ხალხებს სხვადასხვა ერების შესახებ ნეგატიური შთაბეჭდილება უჩნდებათ. ეს მეთოდი კარგად გამოიყენა რუსეთმა ჩეჩნეთის ომის დროს. ჩეჩენი ხალხის შესახებ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით მიწოდებული ინფორმაციის მიხედვით, დასავლეთში გამეფდა აზრი, რომ ჩეჩნეთში მხოლოდ “ბოვეიკები” ცხოვრობენ, რუსეთს კი სხვა გამოსავალი არ ჰქონდა და ამიტომ იძულებული იყო, გროზნო მიწასთან გაესწორებინა.

მაქსიმალური ეფექტის მისაღწევად პროცესში საჭიროა კინოწარმოების ჩართვა - როდესაც ერთი სახელმწიფო მტრად მოიაზრებს მეორე სახელმწიფოს, იწყებს თადარიგის დაჭერას, რასაც ჩვენ შეგვიძლია “პრევენციული პროპაგანდაც” ვუწოდოთ. მზადდება მხატვრული ფილმები, რომლებშიც “ბოროტი ძალა” სწორედ პოტენციური მტერია. ამის ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითი ფილმების სერია “ჯეიმს ბონდი აგენტი 007-ია”. (“ბონდის” სერიები გადაღებულია კინოკომპანია “EON Productions”-ის მიერ). ფილმები 1962 წლიდან გამოდის. პოპულარული აგენტის როლს კი იმ პერიოდის ერთ-ერთი ყველაზე სიმპათიური და პოპულარული მსახიობი ასრულებს (შონ კონორი 1962-1967, 1971, ჯორჯ ლეზემბი 1969, როჯერ მური 1973-1985, ტიმოთი დალტონი 1986-1989, პირს ბროსნანი 1995-2002, დენიელ კრეიგი 2006-2008). თუ ფილმების სერიებს მივადევნებთ თვალს, არ არის რთული ამოსაცნობი, რომელ ქვეყანას მიიჩნევდა “დასავლეთი” პოტენციურ მტრად ამა თუ იმ პერიოდში. თუ ცივი ომის ეპოქაში ძირითადი აქცენტები საბჭოეთზე იყო გაკეთებული, 2002-ში ბონდი კორეელებს უმკლავდება.

იმის გარდა, რომ “გმირის” მოწინააღმდეგე მაყურებლისთვის ავტომატურად აღიქმება - როგორც ბოროტი, ბნელი ძალა, თავად სიუჟეტიც

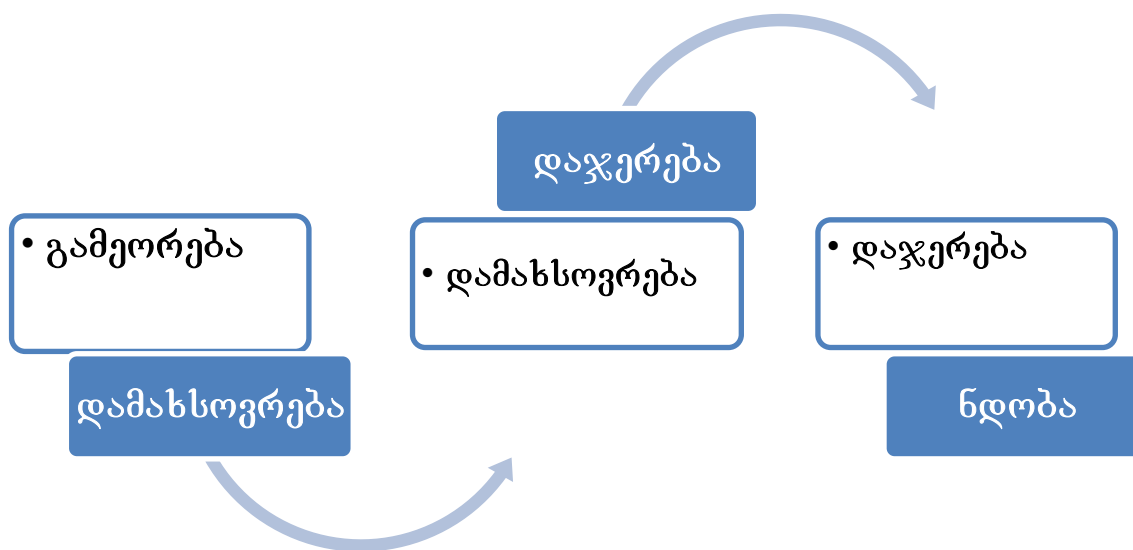
აგებულია ცალმხრივ პერსპექტივაში. “ბოროტის” მოტივაცია თითქმის ყოველთვის აბსურდულია - იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც საუბარია ისეთი კატასტროფების თავიდან აცილების შესახებ, როგორიც ატომური ომია და ამასთანავე გაუგებარია “ბოროტის” მოტივაცია, თუმცა მაყურებელს შეეძინება არ უნდებოდა. მხატვრულ ფილმს მხარეთა “ბალანსის დაცვის ვალდებულება” არ აქვს. მიუხედავად იმისა, რომ ისტორია გამოგონილია, მიუხედავად იმისა, რომ “სუპერადამიანთა” ქმედებები აბსურდულია და მაყურებელი ასეთი ტიპის ფილმებს მხოლოდ გართობის მიზნით უყურებს, ადამიანის მექსიერებაში ილექება ის, რომ ესა თუ ის ქვეყანა ბოროტების სიმბოლოა.

“გამეორება” პროპაგანდის ერთ-ერთ ყველაზე ეფექტურ მეთოდს წარმოადგენს. მისი მიზანია, მოსახლეობა მიაჩვიოს - მიიღოს “გზავნილი” არა გონებით, არამედ მექანიკურად (მრავალჯერადი გამეორების შედეგად). ისიც ადრე თუ გვიან “იღებს”, მექანიკურად იმასსოვრებს ინფორმაციას და გარკვეული პერიოდის შემდეგ იჯერებს კიდევ იმის მიუხედავად, შეესაბამება თუ არა ეს ინფორმაცია სინამდვილეს.

ე.წ. “დიდი ტყუილის” თეორია პოპულარული იყო ნაცისტურ გერმანიაშიც. ადოლფ ჰიტლერი წიგნში “ჩემი ბრძოლა” (“Mein Kampf”) წერს: *“არსებობს მარტივი გათვლა, რაც მეტად წარმოუდგენელია ტყუილი, იგი უფრო დამაჯერებელი ხდება. ჩვეულებრივი ადამიანი დიდ ტყუილს უფრო იჯერებს, ვიდრე პატარას. მათ (უბრალო ადამიანებმა) იციან, რომ მცირედად თავადაც შეიძლება მოიტყუონ, თუმცა მასშტაბური ტყუილის თქმას ვერ ბედავენ. დიდი ტყუილი მათ უბრალოდ თავში არ მოუვათ. აი, მიზეზი, თუ რატომ ვერ წარმოიდგენენ მასები, რომ სხვები მზად არიან, თქვან დიდი ტყუილი, მაქსიმალურად დაამახინჯონ ფაქტები. ახსნა-განმარტების მიუხედავად, რომ ნათქვამი წარმოუდგენლად დიდი ტყუილია, ხალხი მაინც განაგრძობს ფიქრს, რომ აქ მაინც არის სიმართლის მარცვალი”*⁸ ადოლფ ჰიტლერის “Mein Kampf”-ში მასებზე ზემოქმედების ხსენებული ხერხი “დიდი ტყუილის” გამეორების თეორია ნაცისტური გერმანიის მთავარმა იდეოლოგმა ი. ჰებელსმა განავითარა

⁸ Adolf Hitler: "Mein Kampf" -10. Kapitel: Ursachen des Zusammenbruchs (245-311)

წერილში “ჩერჩილის ტყუილების ქარხნიდან” (Aus Churchills Lügenfabrik).⁹ ჰებელსი (“დიდი ტყუილის” თეორიის თანახმად) ამტკიცებს, რომ ბრიტანელი პოლიტიკოსები იმდენად ხშირად იმეორებენ ტყუილს, რომ თავადვე სჯერათ მათ მიერ მოგონილი არარსებული ფაქტების. ნაცისტური გერმანიის პროპაგანდის მინისტრის სიტყვების თანახმად: *“ხალხი გაცილებით პრიმიტიულია, ვიდრე მას წარმოვიდგენთ. ამიტომ პროპაგანდა უნდა იყოს მარტივი და მუდმივად მეორდებოდეს. ის, ვინც ე.წ. ინტელექტუალთა წინააღმდეგობის მიუხედავად მარტივ ენაზე დაუსრულებლად ერთსა და იგივეს იმეორებს, აუცილებლად მიაღწევს მიზანს”* – განაცხადა ჰებელსმა ერთ-ერთი საჯარო გამოსვლისას¹⁰. მასვე ეკუთვნის ცნობილი ფრაზა: *“მასები არქმევენ სინამდვილეს ინფორმაციას, რომელიც უფრო ნაცნობია”*. მასებზე ზემოქმედების ეს მეთოდი (გამეორება) უშეცდომოდ მუშაობს. ზემოთ მოყვანილ თეორიებზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ჩამოვაყალიბოთ სქემა:



ეს სქემა მარტივად შიფრავს თავად ხერხის პრინციპს. სწორედ ამ მოდელზე იგება სხვადასხვა სახის (პოლიტიკური თუ სხვა) სარეკლამო

⁹ Dr. [Paul Joseph Goebbels](#) “Aus Churchills Lügenfabrik,” *Die Zeit ohne Beispiel* (Munich: Zentralverlag der NSDAP., 1941), pp. 364-369.

¹⁰ Speech by Joseph Goebbels on 9 January 1928 to an audience of party members at the so-called “Hochschule für Politik”, a series of training talks for Nazi party members in Berlin.

კამპანიები. ხშირი “გამეორება” საბოლოო ჯამში იწვევს “ნდობას”, რაც ე.წ. “პროდუქტს” (პოლიტიკური პარტია, სოციალური რეკლამა თუ საყოფაცხოვრებო პროდუქტი) “ასაღებს”.

გამეორებას აქვს თავისი კანონებიც, რაც ადამიანთა აღქმის უნარზეა დამოკიდებული. არაერთი ფსიქოლოგიური კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ადამიანის ტვინი ყოველგვარი დაძაბვის, ძალდატანების გარეშე აღიქვამს ინფორმაციას, რომლის ხანგრძლივობაც 10 წამია. უფრო ხანგრძლივი გზავნილის დასამახსოვრებლად კი საჭიროა გარკვეული ძალისხმევა, რაც დიდ სირთულესთან არ არის დაკავშირებული, თუმცა უმჯობესია, თუ მაყურებელს არ მოვთხოვთ ზედმეტად ყურადღების დაძაბვას და მექანიკურად დავამახსოვრებინებთ ძირითად გზავნილს. კვალიფიციური ტელეწამყვანები და რედაქტორები ითვალისწინებენ ფსიქოლოგთა რჩევას და მაყურებელს პრიმიტიულ მოკლე გზავნილებს აწვდიან. აუდიტორიასთან ჰარმონიული ურთიერთობის მისაღწევად ფსიქოლოგები გვირჩევენ:

- 10-ზე მეტი სიტყვისგან შემდგარი ფრაზის, გზავნილის შინაარსს ადამიანის ტვინი, როგორც წესი, ვერ აღიქვამს.
- საჭიროა, 5-6 წამში ერთხელ გაკეთდეს პაუზა. წინააღმდეგ შემთხვევაში ფრაზა რთულად აღსაქმელი იქნება.
- საუბრის სისწრაფე არ უნდა აღემატებოდეს 2,5 სიტყვას წამში. წინააღმდეგ შემთხვევაში აზრი რთულად აღსაქმელი იქნება აუდიტორიისთვის.
- ადამიანი ყურადღებით ისმენს 10-15 წამის განმავლობაში, შემდეგ - ჩვეულებრივი საუბრის დროს - ნაკლებად ესმის მონათხრობი.
- საშუალოდ ადამიანი აღიქვამს მხოლოდ იმის 70%, რასაც ეუბნებიან, ესმის 60%, ხოლო იმახსოვრებს მხოლოდ 10-25%.
- საუბრის დროს ემოციური აღგზნება ართულებს ტექსტის შინაარსის აღქმას.¹¹

შესაბამისად, მკაფიო და მოკლე გზავნილის მრავალჯერადად გამეორების შედეგად მივიღებთ ზემოთ შემუშავებულ სქემაზე ნახევნებს სურათს. თუმცა საკითხის უფრო ღრმად განხილვისას მივდივართ დასკვნამდე, რომ ადამიანის

¹¹ Психология личности. Особенности человеческого восприятия <http://www.sunhome.ru/psychology/11354>

გონების მიერ მექანიკური დამახსოვრება მხოლოდ კონკრეტული მოკლე შეტყობინების მრავალჯერადად გამეორების გარდა, სხვა გზითაცაა შესაძლებელი.

ფსიქოლოგიურ ნაშრომებში ეხედებით არაერთ თეორიას ადამიანის დამახსოვრების უნარის შესახებ. მახსოვრობის თეორია, რაც საფუძვლად დაედო გ. ებინჰაუზის და მისი მიმდევრების პირველ კლასიკურ ექსპერიმენტულ კვლევებს, დაფუძნებულია ასოციაციურ სწავლებებზე. შთაბეჭდილებების გარეგნული თავსებადობის ფაქტი თავისთავად მიიჩნევა საკმარისად წარმოსახვებს შორის კავშირის დამყარებასა და მათი რეკონსტრუქციისთვის, აღდგენისთვის. ამ ფორმულაზეა აგებული ებინჰაუზის “მეხსიერების კლასიკური თეორია”, რომელიც ადამიანის მახსოვრობას მხოლოდ ასოციაციურ ჯაჭვს უკავშირებს. მოგვიანებით - სხვა ფსიქოლოგები ნაშრომებში ამტკიცებენ, რომ: *“ასოციაციური კავშირები უდიდეს როლს თამაშობს ადამიანის მეხსიერებაში, თუმცა მეხსიერების “მუშაობა” სრულად არ შეიძლება იყოს განხილული, როგორც მხოლოდ ასოციაციური კავშირები. მათ გარდა დამახსოვრების პროცესში დიდ როლს შინაარსობრივი კავშირები თამაშობს. ადამიანის მახსოვრობა გააზრებული ხასიათისაა. ჩატარებული კვლევებისა და ექსპერიმენტების მიხედვით, ფრაზას, რომელიც შინაარსობრივად დაკავშირებული სიტყვების ერთობლიობას წარმოადგენს, უფრო იოლად იმახსოვრებს ადამიანი, ვიდრე იმავე სიტყვების რაოდენობას, რომელთაც ერთმანეთთან შინაარსობრივი კავშირი არ აქვს”*¹² არსებობს მესამე თეორიაც “ფუნქციური ნიშნით ასახვის კანონი”, ანუ, მეხსიერების ფუნქციური პრინციპი, რასაც საფუძვლად უდევს გ. ებინჰაუზის და მისი ექსპერიმენტების კვლევები. ფსიქოლოგთა მიერ შემუშავებული ადამიანის მახსოვრობის ეს კანონი წინა ორ თეორიას არ გამოირიცხავს. ის ადამიანის მახსოვრობის კიდევ ერთ თვისებას გულისხმობს. მაგ.: ახალ სიძეს, რომელსაც კარგად იცნობდნენ მომავალი სიდედრი და სიმამრი, იცოდნენ მისი სახელი, როგორც ქალიშვილის მეგობრის, სტატუსის შეცვლის შემდეგ ხშირად ყოფილი სიძის სახელით მიმართავენ. მეხსიერების სწორედ ასეთ თავისებურებებს უწოდებენ “ფუნქციური ნიშნით

¹² Рубинштейн Сергей. “Основы общей психологии”. Глава VIII. Теория памяти стр. 51

ასახვის კანონს”, რომელიც ჩვენ შეგვიძლია განვიხილოთ - როგორც წინა ორი თეორიის ნაზავი.

როდესაც ჩვენ ვსაუბრობთ მასებზე ზემოქმედების შესახებ და მავანთა სურვილზე, რომ ფართო მასებმა დაიმასხოვრონ ესა თუ ის “გზავნილი”, მნიშვნელოვანია ის, რომ გააზრებულ და ასოციაციურ (მექანიკურ) დამახსოვრებას შორის დიდი სხვაობაა.

დამახსოვრება ყოველთვის ვერ დაეფუძნება ე.წ. “შინაარსობრივ კავშირს”. კვლევებით მტკიცდება, რომ ლოგიკური ჯაჭვის მქონე ტექსტის ხშირად გამეორების შემთხვევაში ადამიანი იმახსოვრებს შინაარსს - და არა სიტყვებს, რომლებიც “გზავნილშია” მოცემული. ეს ფაქტორი განსაკუთრებით დიდ მნიშვნელობას იძენს მაშინ, როდესაც საქმე ეხება სტატისტიკურ მონაცემებს, ლოზუნგებს და ციფრებს, რადგან პოლიტიკური სუბიექტებისთვის მნიშვნელოვანია, ამომრჩეველს ზუსტად დაამახსოვრებინოს თავისი საარჩევნო ნომერი და ლოზუნგი. ასევე არანაკლებ მნიშვნელოვანია კომერციული სტრუქტურისთვის, მომხმარებელმა დაიმახსოვროს კომპანიის სახელი - განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც რამდენიმე კომპანია ერთსა და იმავე პროდუქტს აწარმოებს. აქვე საყურადღებოა გზავნილის “გაფორმება”. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ადამიანს ლექსი უკეთ ამახსოვრდება, ვიდრე პროზაული ტექსტი. ფსიქოლოგები ამ ფაქტს ხსნიან იმით, რომ რიტმი და მუსიკალურობა ფრაზას ადამიანისთვის ადვილად დასამახსოვრებელს ხდის.

ასე რომ, სრული ეფექტის მისაღწევად “გამეორებისას” საჭიროა ყველა ზემოთ მოყვანილი ფსიქოლოგიური ფაქტორის გათვალისწინება. ამის შესაძლებლობას კი კინემატოგრაფი იძლევა, სადაც, საინფორმაციო პროგრამისაგან განსხვავებით, შესაძლებელია გაფორმდეს “გზავნილი” (ლექსად, სიმღერით), შინაარსობრივად დაუკავშირდეს ციფრები ერთმანეთს, მრავალჯერ გამეორდეს და ა. შ. სწორედ ამიტომ, როგორც წესი, “PR” კომპანიები პოლიტიკოსებს ურჩევენ, წინასაარჩევნო რგოლები მხატვრული კინოს პრინციპით გადაიღონ. სხვა შემთხვევაში “გაფორმებული” გზავნილი მოსახლეობაში ირონიას გამოიწვევს.

“ჩანაცვლება” (მეთოდი ორმაგი სტანდარტისთვის). ტერმინთა მორგება კონკრეტული სიტუაციებისთვის ძალზე მნიშვნელოვანია “სახელმწიფო პოლიტიკის” გასატარებლად. თანამედროვე სტანდარტების მიხედვით, სამაუწყებლო მედიის საინფორმაციო სამსახურის თანამშრომლები სიტუაციის შეფასებას უნდა მოერიდონ და ამომწურავად, ობიექტურად მიწოდებული ფაქტების წარდგენის შემდეგ საშუალება მისცენ მაყურებელს, არსებული სიტუაცია თავად შეაფასოს და გამოიტანოს შესაბამისი დასკვნა. თუმცა, ობიექტურად მიწოდებული ფაქტიც, ხშირ შემთხვევაში, სწორედ საინფორმაციო სამსახურის პოზიციის გამომხატველი ხდება. არსებობს მრავალი ტერმინი, რომლითაც ამა თუ იმ განმარტების “ჩანაცვლება” შეიძლება სიტუაციიდან, სურვილიდან გამომდინარეც, მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ სიტყვათა ჩანაცვლების შემთხვევაში რთულია, ჟურნალისტს მიკერძოებულობაში დასდო ბრალი. მაგალითად: “დაკავების ოპერაციისას პოლიციელებმა მოკლეს ეჭვმიტანილი”, ან “სამართალდამცველებმა ეჭვმიტანილის ლიკვიდაცია განახორციელეს”. ორივე შემთხვევაში მოცემულია რეალობა და მომხდარის შინაარსიც არ იცვლება. თუმცა, პირველი წინადადებით - პოლიცია მკვლელობასთან ასოცირდება, მეორე შემთხვევაში კი - საკუთარი მოვალეობის შესრულებასთან. შესაძლებელია, “ჩანაცვლების” მრავალი სხვა მაგალითის მოყვანაც:

დაუმორჩილებლობისკენ მოუწოდებს – ბუნტისკენ მოუწოდებს;

წერტილოვანი საჰაერო დარტყმები – ობიექტების დაბომბვა;

მიტინგის დაშლა – აქციის დარბევა;

პრევენციული ზომები – გამაფრთხილებელი იერიში;

ომი – მშვიდობის დამყარება ძალის გამოყენებით;

თვითგამორკვევა – ექსტრემიზმი და ა.შ.

რუსული მედიის მიერ “ჩანაცვლების” მეთოდის აქტიურად გამოყენების წყალობით, ჩეჩნეთის ომი რუსეთის მოქალაქეებისთვის აღიქმებოდა - როგორც ანტიტერორისტული კამპანია, მაშინ, როდესაც დასავლური მედია შეიარაღებულ კონფლიქტს ხშირად განიხილავდა, როგორც ჩეჩენთა თვითგამორკვევის პროცესს. როდესაც საუბარია ჩეჩნეთის ომზე (როგორც ჩეჩნეთში

განვითარებულ მოვლენებს სამაუწყებლო მედიის ერთი ნაწილი უწოდებს), შეიარაღებულ კონფლიქტსა (როგორც ჩენეთში განვითარებულ მოვლენებს სამაუწყებლო მედიის მეორე ნაწილი უწოდებს) თუ ანტიტერორისტულ კამპანიასა და ქვეყანაში წესრიგის დამყარებაზე (როგორც რუსული მედიასაშუალებები აცხადებენ), არის სიტყვები რომლებიც რუსულ მედიას ჩენეთთან მიმართებით ამოღებული ჰქონდა ხმარებიდან. მეცნიერისა და ჟურნალისტის - გიორგი პოჩეპცოვის აზრით, იმისთვის, რომ რუსეთის არმიას ჩენეთის ტერიტორიის სიღრმეში შესვლის თუნდაც სიმბოლური დაბრკოლება არ ჰქონოდა, რუსულმა მედიამ სიტყვა “საზღვარი” ჩენეთთან მიმართებით ხმარებიდან ამოიღო, რადგან თავად სიტყვა საზღვარი შესაძლოა ასოცირდებოდეს ისეთ ცნებებთან, როგორიცაა დამოუკიდებელი სახელმწიფო, აგრესია და ა.შ.¹³ ტერმინი “საზღვარი” რუსულმა მედიამ ჩანაცვლა ფრაზით - “რუსეთის ფედერაციის ტერიტორია”.

სამაუწყებლო მედიას “ჩანაცვლების” მეთოდის გამოყენების შედეგად მიღწეული აღუზიის შექმნაში ეხმარება მხატვრული ფილმებიც. ზემოთ ჩამოთვლილი იყო “ჩანაცვლების” რამდენიმე მაგალითი, რაც კინოშიც გამოიყენება, თუმცა უფრო დაკონკრეტებულად: უარყოფითი გმირი ექსტრემისტი ან ტერორისტი, დადებითი პერსონაჟი კი დამოუკიდებლობისთვის იბრძვის. “ბოროტი ძალა” მზადაა, სხვა ქვეყნის სტრატეგიული ობიექტები დაბომბოს და არ აღელვებს იმ ხალხის ბედი, ვინც ამ “ობიექტებზე” მუშაობს ან გარშემო ცხოვრობს. “კეთილი” კი “იძულებულია” წერტილოვანი დარტყმები განახორციელოს სხვა ქვეყნის ტერიტორიაზე, თან ცდილობს, რომ “დარტყმებისას” მინიმუმამდე დავიდეს მსხვერპლის რაოდენობა. შესაბამისად, ასეთი ტიპის მხატვრული ფილმების ნახვის შემდეგ (ასეთი არაერთი ფილმია გადაღებული) მაყურებელი სამაუწყებლო მედიისაგან მიწოდებულ ინფორმაციას (თითქოსდა ფაქტს) არ აანალიზებს, რადგან ფაქტი ჟურნალისტის მიერ, მართალია, შენიღბულად, მაგრამ უკვე შეფასებულია.

¹³ Почепцов Георгий – “Психологические Войны”, 2000г. стр. 408

“ნახევრად სიმართლე” – ამ ხერხს ძირითადად ტოტალიტარული და ავტორიტარული ქვეყნის მედია მიმართავს. არსებული რეჟიმის შესანარჩუნებლად აუცილებელია, მოსახლეობამ ამა თუ იმ მოვლენის შესახებ ინფორმაცია ძირითადად პოზიტიური კუთხით მიიღოს. ასეთი კურსი ჰქონდა აღებული საბჭოთა კავშირის ცენტრალურ თუ ადგილობრივ სამაუწყებლო (ისე, როგორც ბეჭდურ) მედიას. აღნიშნული ტიპის მმართველობისთვის “ნახევრად სიმართლე” სტაბილურობის ერთ-ერთი გარანტია. ეს მეთოდი საშუალებას იძლევა საკითხის განხილვისა და ინფორმაციის მიწოდებისას, აქცენტი მეორეხარისხოვან ფაქტზე გაკეთდეს და მთავარი არ ითქვას, იმავედროულად, მოსახლეობა მომხდარის შესახებ მაინც ინფორმირებულია.

“ნახევრად სიმართლის” სამ კატეგორიაზე საუბრობს ფსიქოლოგი და ფსიქოთერაპევტი რ. გარიფულინი ნაშრომში “პოლიტიკური ბლევის ფსიქოლოგია”. მისი განმარტებით, არსებობს ირაციონალური, რაციონალური და დიალექტიკური “ნახევრად სიმართლე”. ნაშრომის მიხედვით, “ირაციონალური ნახევრად სიმართლე არის ნამდვილი და ყალბი ინფორმაციების ქაოსური, უსისტემო შერწყმა. ასეთ შემთხვევაში, ერთი მხრივ, რთულია ნამდვილი ინფორმაციის გაგება (მოწოდებულის უსისტემობის გამო), მეორეს მხრივ კი, შესაძლოა, მსმენელს ნამდვილი ინფორმაცია ყალბში აერიოს.

რაციონალური “ნახევრად სიმართლე” არის ნამდვილი და ყალბი ინფორმაციების ლოგიკური, დახარისხებული შერწყმა. რაციონალური ნახევრად სიმართლის ერთ-ერთი ვარიანტი ტერმინთა ახლებური ინტერპრეტაციაა. განსაკუთრებით იოლია უცხო ენაზე არსებული ტექსტის ამგვარი სახეცვლილება, რადგან ამა თუ იმ გამოთქმას, ტერმინს მრავალმხრივი მნიშვნელობა აქვს და თავისუფლად იძლევა ინტერპრეტაციის საშუალებას. ეს ის შემთხვევაა (რაციონალური ნახევრად სიმართლე), როდესაც ტექსტი ტენდენციურად გადმოიცემა.

დიალექტიკური “ნახევრად სიმართლე” წარმოადგენს სიმართლისა და ტყუილის ისეთ დახარისხებულ შერწყმას, როდესაც თავად შერწყმის ფაქტი აღიარებულია - როგორც განსაკუთრებული და სრულიად ნებადართული

“დიალექტიკური” წინააღმდეგობრიობა. ეს ნახევრად სიმართლე პოლიტიკაში, განსაკუთრებით ფართოდ კი ფილოსოფიაში, გამოიყენება.”¹⁴

“ნახევრად სიმართლის” მეთოდის გამოყენებისას მედიის წარმომადგენლები თავს იმით “იმშვიდებენ”, რომ, მართალია, ნახევრად, მაგრამ “სიმართლეს” ამბობენ. თუმცა, თუ რ. გარიფულინი “ნახევრად სიმართლეს” და მის “კატეგორიებს” განიხილავს, როგორც ზუსტი და ყალბი ინფორმაციების ნაზავს და არ გამოირიცხავს, რომ აუდიტორიამ შესაძლოა გაარჩიოს რეალური ინფორმაცია არარეალურისგან, ცნობილი ამერიკელი მეცნიერი პოლ ეკმანი ფიქრობს, რომ ნახევრად სიმართლე სხვა არაფერია, თუ არა ტყუილი. წიგნში “სიცრუის ფსიქოლოგია” ეკმანი სიმართლის ბოლომდე ართქმას ტყუილის ერთ-ერთ ძირითად ფორმად მიიჩნევს. სწორედ ამიტომ, დემოკრატიული ქვეყნების მედიის ერთ-ერთი მთავარი პრინციპი ინფორმაციის სრულად მოწოდებაა.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, “ნახევრად სიმართლეს” ძირითადად ტოტალიტარული და ავტორიტარული ქვეყნის მედია მიმართავს. ასეთი ტიპის მმართველობების დროს მასებზე ზემოქმედების აღნიშნული ხერხი ფართოდ გამოიყენება კინემატოგრაფში. საბჭოთა კინოში გაბატონებული ერთ-ერთი მიმდინარეობა – სოცრეალიზმი შეგვიძლია განვიხილოთ როგორც “ნახევრად სიმართლის” ხელოვნება. ცალკეული ფაქტები და დეტალები (რაც ასახული იყო ფილმებში), შესაძლოა, ყოფილიყო სიმართლე – ე.წ. “რეალიზმი”. სადღაც რომელიმე სოფლის რომელიმე კოლმეურნეს, ხელოსანს, მუშას ან მძღოლს შეიძლება მართლაც ამოეცნო საკუთარი ან მეგობრის ცხოვრების სტილი, საქციელი, მასაც შესაძლოა, ანალოგური ისტორია გადახდენოდა თავს და ა.შ. სოცრეალიზმის “ზრიკი” კი სწორედ ამ რეალური ფაქტების არარეალური შერწყმა და ინტერპრეტირება იყო, როცა ყოველდღიური ცხოვრების მანკიერი მხარეები ფილმის სიუჟეტში ან სრულებით არ ჩანდა, ან იდეოლოგიური ნიშნით იყო დამუშავებული.

ასეთი ტიპის ფილმების ნათელი მაგალითი 1949 წელს ი. პირვეის მიერ გადაღებული ერთ-ერთი პირველი ფერადი საბჭოური ფილმი “ყუბანელი კაზაკებია”, რომელშიც კოლმეურნეთა და შრომის გმირთა სიყვარულის

¹⁴ Гарифуллин Рамиль, “Психология политического блефа” (1.10.5. Полуправда) 2004 г.
<http://psyfactor.org/lib/politbluff-0.htm>

ისტორია კოლმეურნეთა “ბედნიერი” და “სისხლსავსე” ცხოვრების ფონზე ვითარდება. ცნობილია, რომ ფილმის ნახვის შემდეგ ი. სტალინმა თქვა: “ყოველთვის ვიცოდი, რომ ჩვენს კოლმეურნეობებში ძალიან კარგად ცხოვრობენ”. (პროლეტერიატის ბელადის გადაწყვეტილებით, ფილმს დაერქვა “ყუბანელი კახაკები”. თავდაპირველად, სცენარის მიხედვით, ფილმს “მხიარული ბაზრობა” ერქვა). კოლმეურნეთა ცხოვრების მხოლოდ დადებითი მხარეების, უდარდელი, ბედნიერი ცხოვრების ჩვენება იყო ფილმის მიზანიც. სწორედ კომუნისტური იდეოლოგიის საფუძველზე შექმნილი “სოციალისტური რეალიზმით” გამსჭვალული ასეთი ტიპის ფილმები შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც “ნახევრად სიმართლე”.

...როდესაც, 1962 წელს, მწერალ მიხეილ შოლოხოვს ნობელის პრემია მიანიჭეს რომანისთვის “წყნარი დონი”, მას პრესკონფერენციაზე ჰკითხეს, თუ რას წარმოადგენს სოციალისტური რეალიზმი. მწერალმა განაცხადა: “ეს არის ყველაფერი, რაც იცავს საბჭოთა ხელისუფლებას”.

“კონტრასტის პრინციპი” – ეს ხერხი აღქმის უნარის მარტივ პრინციპს ეფუძნება. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ აღქმის დროს კონტრასტულ ფონს ერთ-ერთი გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს. თეთრი ფიგურა გაცილებით უკეთ აღიქმება შავ ფონზე, ვიდრე თეთრი თეთრზე და შავი შავზე და - პირიქით. ასევე დიდი მნიშვნელობა აქვს ადამიანის, ან ადამიანთა ჯგუფის წარმოჩენისას - სოციალურ ფონს. მშრომელი ადამიანების ფონზე უქნარა ადამიანი საზოგადოების მხრიდან უფრო მეტ გაკიცხვას იმსახურებს, ვიდრე უქნარების ფონზე. კონტრასტულობას საზოგადოების კეთილგანწყობის შესაქმნელად (ან პირიქით) დიდი მნიშვნელობა აქვს. სწორედ ამიტომ - “კონტრასტის პრინციპი” განსაკუთრებით აქტუალური ხდება მაშინ, როდესაც პოლიტიკური სუბიექტები ერთმანეთს უპირისპირდებიან ან წინასაარჩევნო კამპანა მიმდინარეობს.

ერთ-ერთი მთავარი “მოთამაშე” ამ შემთხვევაშიც არის სამაუწყებლო მედია, რომელსაც შეუძლია - ჟურნალისტური ეთიკის ყოველგვარი დარღვევის გარეშე, შეუქმნას საზოგადოებას “საჭირო” შეხედულება ამა თუ იმ პოლიტიკურ სუბიექტზე. მაგალითად: წინასაარჩევნოდ ყველა პოლიტიკური სუბიექტი ადგენს

პროგრამას (ანუ იმას, რასაც სთავაზობს მოსახლეობას გამარჯვების შემთხვევაში), ასევე ყველა პარტიაში იქმნება პროპორციული სია (ანუ, კონკრეტულად პარტიის რომელი წევრი რომელი ნომერია). როგორც წესი, ეს პროცესი შიდა პოლიტიკური კამათის ფონზე მიმდინარეობს. საინფორმაციო პროგრამაში კეთდება ორი სიუჟეტი, ერთში ძირითადად ნაჩვენებია ის, თუ როგორ მუშაობენ “N” პარტიის წევრები საარჩევნო პროგრამაზე და რა არის მათი პრიორიტეტები, ერთი წინადადებით კი იქვე ნათქვამია, რომ “N” პარტიაში საარჩევნო სიები უკვე შეადგინეს. მეორე სიუჟეტი კი ეძღვნება “X” პარტიას, რომელშიც ძირითადად წარმოჩენილია, თუ როგორ მწვავედ კამათობენ პარტიის წევრები პროპორციული სიის შედგენისას და იქვე ერთი წინადადებით ნათქვამია, რომ “X” პარტიაში უკვე შემუშავებულია საარჩევნო პროგრამა და ჟურნალისტი სიუჟეტის ბოლოს მოკლედ ჩამოთვლის ამ პარტიის პრიორიტეტებს. ასეთ დროს ჟურნალისტის, რედაქციის ან ტელეკომპანიის დადანაშაულება ტენდენციურობაში შეუძლებელია (ორივე შემთხვევაში ინფორმაცია სრულად არის მიწოდებული). თუმცა “კონტრასტის პრინციპის” გამოყენების წყალობით, საზოგადოებაში იქმნება შთაბეჭდილება, რომ “N” პარტიის წარმომადგენლები - მოსახლეობაზე, “X” პარტიის წევრები კი საკუთარ კეთილდღეობაზე ზრუნავენ.

“კონტრასტის პრინციპის” მეთოდის გამოყენებისას ასევე დიდი მნიშვნელობა აქვს კადრირებას. კერძოდ კი იმას, თუ რა ფონზეა ჩაწერილი რესპონდენტი და რა კადრებითაა “გადაფარული” ჟურნალისტის ტექსტი. კადრების აწყობის მიხედვით იოლია საზოგადოების აღქმაზე გავლენის მოხდენა. თუ ერთი პოლიტიკოსის ინტერვიუ ჩაწერილია ქუჩაში და “გადასაფარ მასალად” გამოყენებულია კადრები, თუ როგორ გამოდის ეს პოლიტიკოსი იაფფასიანი რესტორნიდან (იაფფასიანი რესტორანი მის დაბალ სოციალურ საფეხურზე მიაჩნებოდა), ხოლო მისი მეტოქე ჩაწერილია შენობაში და “გადასაფარ მასალად” გამოყენებულია კადრები, თუ როგორ გამოდის ეს პოლიტიკოსი მნიშვნელოვანი შეხვედრიდან, ყოველგვარი ზედმეტი ტექსტუალური აქცენტის გარეშე მაყურებელს ექმნება შთაბეჭდილება, რომ პირველი პოლიტიკოსი უდარდელი, დაბალი სოციალური ფენის წარმომადგენელია, ხოლო მეორე - საქმიანი და ანგარიშგასაწევი ფიგურა.

“საცდელი ბურთები” – ამ მეთოდის საშუალებით შესაძლებელია ამა თუ იმ საკითხის შესახებ საზოგადოების რეაქციის მოსინჯვა შემდგომში სწორი ტაქტიკის შესამუშავებლად. მეთოდს ძირითადად იყენებს ხელისუფლება იმისთვის, რომ მათი შემდგომი ნაბიჯების შესახებ საზოგადოების დამოკიდებულება ხელისუფლებისთვის წინასწარ ცნობილი გახდეს. “საცდელი ბურთების” “მასშტაბი” და “მიწოდების” სიხშირე საკითხის სიმწვავეზე, მნიშვნელობასა და ხელისუფლების მიერ ამ საკითხის განხორციელების სურვილზეა დამოკიდებული. ხელისუფლება ე.წ. “საცდელ ბურთებს” ხშირად იყენებს მაშინ, როდესაც საქმე სტრუქტურულ ცვლილებებს ეხება. თუ ხელისუფლების ჩანაფიქრი ოდითხუთა ფიგურის მნიშვნელოვან თანამდებობაზე დანიშნაა, მაშინ მმართველი პირდაპირი გადაწყვეტილებისაგან თავს იკავებს და მედიაში “საცდელი ბურთები” რამდენიმე ეტაპად “ეშვება”:

I ეტაპი - პრესაში იბეჭდება, რომ “X” პიროვნება შესაძლოა მნიშვნელოვან თანამდებობაზე დაინიშნოს. თუ ინფორმაციას დიდი რეზონანსი არ მოჰყვას, მეორე ეტაპზე “საცდელი ბურთი” სამაუწყებლო მედიაში ინაცვლებს. საინფორმაციო საშუალებები საკუთარ წყაროზე დაყრდნობით (რომელიც ოფიციალურად არ დასტურდება) გვატყობინებენ, რომ მნიშვნელოვანი სამინისტროს ხელმძღვანელ პოსტზე შესაძლოა “X” დაინიშნოს.

II ეტაპი - ინფორმაციის გავრცელებას ორი შესაძლო შედეგი მოჰყვება: 1. თუ საზოგადოების რეაქცია ძალზედ ნეგატიურია, მაშინ მეორე ან მესამე დღეს მთავრობის ოფიციალური წარმომადგენელი აცხადებს, რომ კონკრეტულ სამინისტროში არანაირი ცვლილება ამ ეტაპზე არ იგეგმება. (მთავრობის წარმომადგენლის მიერ ინფორმაციის უარყოფის შემთხვევაში, ხელისუფლების “იდეამ” პირველი და მეორე ეტაპი ერთი თვის შემდეგ, განმეორებით უნდა გაიაროს); 2. თუ საზოგადოების რეაქცია არცთუ ძალიან ნეგატიურია, მაშინ მეორე ან მესამე დღეს მთავრობის ოფიციალური წარმომადგენელი აცხადებს, რომ კონკრეტულ სამინისტროში შესაძლოა გარკვეული ცვლილებები განხორციელდეს, მაგრამ ამ ეტაპზე კონკრეტული კანდიდატურების განხილვა ნაადრევია.

III ეტაპი – ერთი კვირის განმავლობაში სამაუწყებლო მედიის მიერ თანამდებობაზე სახელდება რამდენიმე კანდიდატი, მათ შორის ხელისუფლების ფავორიტიც. 1. თუ საზოგადოების რეაქცია ძალზე კრიტიკულია, მაშინ კვირის ბოლოს მთავრობის წარმომადგენელი ოფიციალურად ადასტურებს ინფორმაციას (სავარაუდო კანდიდატების შესახებ), თუმცა აცხადებს, რომ მოსალოდნელი ცვლილება არ განხორციელდება კვარტლის ან წლის ბოლომდე. ამ პერიოდში კი ხელისუფლებისთვის სასურველი კანდიდატი - მინიმუმ ერთთვიანი პაუზის შემდეგ, ეტაპებს თავიდან გაივლის. 2. თუ საზოგადოების რეაქცია არ არის ძალზე ნეგატიური, ცვლილება ერთ კვირაში ხორციელდება.

ეს მაგალითი “საცდელი ბურთების” ხერხის გამოყენების ტიპური შემთხვევაა, თუმცა არსებობს მეტად საყურადღებო, გლობალური საკითხებიც, რომელთა განხორციელებაც ხელისუფლებისთვის მნიშვნელოვანია. აქ კი “საცდელი ბურთების” “გაშვების” ეტაპებში აპოლიტიკური ტელემოუები და კინემატოგრაფიცაა ჩართული. ასეთ მნიშვნელოვან საკითხად შესაძლოა განვიხილოთ ქვეყნის საგარეო კურსის რადიკალური ცვლილება. ასეთ შემთხვევაში, საზოგადოების რეაქციის მოსინჯვის გარდა, ხელისუფლების მიზანი საზოგადოების მხრიდან მათი საბოლოო გადაწყვეტილების მოწონებაცაა. ამიტომ “საცდელი ბურთების” გაშვების პირველ და მეორე ეტაპზე დიდ როლს სწორედ მხატვრული ფილმები და აპოლიტიკური შოუები ასრულებენ. სამაუწყებლო მედიის ბაღეში ჩნდება იმ ქვეყნის კინემატოგრაფიის საუკეთესო ნიმუშები, საითკენაც სამომავლოდ უნდა წარიმართოს საგარეო კურსი. მოსახლეობა მხატვრული ფილმების საშუალებით მუდმივად უნდა უყურებდეს და ითვისებდეს ახალ “ღირებულებებს”. აპოლიტიკურ შოუებში კი “ახლებური ცხოვრების სტილის” მხოლოდ დადებით მხარეზე უნდა კეთდებოდეს აქცენტები. ასეთი ნიადაგის მომზადების შემდეგ “საცდელ ბურთებს” უკვე საინფორმაციო პროგრამები “უშვებენ” (თუმცა მხატვრული ფილმებისა და აპოლიტიკური შოუების “ხაზი” არ წყდება). მოსალოდნელ ცვლილებაზე საზოგადოების რეაქციის წინასწარი ცოდნის შემთხვევაში მუშავდება “სწორი ტაქტიკა” და ხელისუფლება მეთოდურად - ისე, რომ არ გამოიწვიოს მოსახლეობის აგრესია

(რაც მმართველი გუნდის რეიტინგის დაცემას განაპირობებს), აღწევს დასახულ მიზანს.

“ფსიქოლოგიური (ემოციური) შოკი” – ეს მეთოდი შესაძლებელია განვიხილოთ, როგორც ზემოთ ხსენებული მეთოდის - “ემოციური რეზონანსის” სახეცვლილება. “ფსიქოლოგიური შოკის”, ისე როგორც “ემოციური რეზონანსის” დანიშნულებაა ადამიანებისთვის დამცავი ფსიქოლოგიური ველის მოხსნა. ფსიქო-ემოციური შოკი (სამედიცინო ლიტერატურა, ასევე სოციოლოგიის ენციკლოპედია, 2009წ.) არის სიცოცხლისთვის სახიფათო გარემოებების ან უეცარი შიშის შედეგად წარმოქმნილი ფსიქოზი. ფსიქოლოგიური შოკის ზემოქმედება თითოეულ ადამიანზე ინდივიდუალურად მოქმედებს, თუმცა საგულისხმოა ის ფაქტორი, რომ შოკის დროს, ნებისმიერ შემთხვევაში, ადამიანს იპყრობს წამიერი ან ხანგრძლივი შიშის, პანიკის გრძნობა, რის გამოც ფაქტის გაანალიზება შეუძლებელია, შესაბამისად, ადამიანთა აზრი ყალიბდება იმ მიმართულებით, რა კუთხითაც არის მიწოდებული ესა თუ ის შოკისმომგვრელი ინფორმაცია.

ყველასთვის ცნობილია, რომ ომი, ან სხვა ტიპის შეიარაღებული დაპირისპირება, შეუძლებელია იყოს ცალმხრივი. შესაბამისად, ორივე მხრიდან არის მსხვერპლი. ამ საზოგადო ჭეშმარიტების მიუხედავად, კადრებს აქვს მაგიური ძალა. ბუნებრივია, დაპირისპირებულ მხარეთა მხარდამჭერებს აქვთ შესაბამისი (ნეგატიური) განწყობა ერთმანეთის მიმართ, თუმცა შეიარაღებული კონფლიქტის დროს დაპირისპირებულ მხარეთათვის არცთუ უმნიშვნელოა საერთაშორისო საზოგადოებრიობის აზრი. ამ დროს კი გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს იმას, თუ როგორ აშუქებს კონფლიქტს საერთაშორისო სამაუწყებლო მედია. როდესაც ტელეეკრანით ადამიანები უყურებენ შემზარავ, შოკისმომგვრელ კადრებს, შეტაკების შედეგად დაღუპულ ბავშვებს, და ა.შ. ყოველგვარი გაანალიზების გარეშე მხოლოდ ერთი მხარე (მიუხედავად იმისა, რომ კონფლიქტში მონაწილე მეორე მხარეც ასევე იბრძვის, კლავს, აფეთქებს, ბომბავს, რასაც მცირეწლოვნებიც ეწირებიან და ა.შ.), ხდება საძულველი და

არავინ კითხულობს, რას სხადის კონფლიქტის მონაწილე მეორე მხარე. მიზეზი კადრებით მიღებული ფსიქოლოგიური (ემოციური) შოკია.

1991 წელს, როდესაც კოალიციურმა ჯარმა სადამ ჰუსეინის რეჟიმს შეუტია, ომის მიმდინარეობა პირდაპირი ეთერის რეჟიმით ტელეკომპანია CNN-ით გადაიცემოდა. მომხდარის გაანალიზების შემდეგ მედიაექსპერტები მივიდნენ დასკვნამდე, რომ ომის შედეგების ჩვენება (რაოდენ კეთილშობილური მიზნის მისაღწევად უნდა ხორციელდებოდეს თავდასხმა) იწვევს მოსახლეობის ნეგატიურ დამოკიდებულებას თავდამსხმელის მიმართ. ამიტომ ე.წ. “სამშვიდობო ოპერაციების” გაშუქებისას დასავლური მედია (1991 წელს მიღებული გამოცდილების საფუძველზე) ცდილობს, “დოზირებულად” მიაწოდოს მაყურებელს განხორციელებული ოპერაციების შედეგად განადგურებული ინფრასტრუქტურების თუ დაღუპული ადამიანების (თუნდაც არა მშვიდობიანი მოსახლეობის, არამედ მოწინააღმდეგე მხარის), დაღუპულ ჯარისკაცთა კადრები. მეთოდი ფართოდ გამოიყენება კინოპროდუქციაშიც. მაგალითად, მეორე მსოფლიო ომის თემაზე მრავალი ფილმია გადაღებული (როგორც საბჭოთა, ასევე - ამერიკული თუ ევროპული) და უმეტესი მათგანის ხილვის შემდეგ (იშვიათი გამონაკლისის გარდა) მაყურებელს სწორედ შოკისმომგვრელი კადრები უქმნის იმ შთაბეჭდილებას, რომ სადისტური ქმედებები გერმანელებს სიამოვნებას ანიჭებდა. სწორედ ტყვედ ჩავარდნილი აგენტების წამების სცენები უტოვებს მაყურებელს იმ განცდას, რომ ადამიანთა ტანჯვა მხოლოდ გერმანელთა მოწოდება იყო, ხოლო საბჭოთა, მით უფრო ამერიკელი, სამხედრო მოხელეები ტყვედ ჩავარდნილი ნაცისტისაგან ინფორმაციის მიღებას ძალის გამოყენებით არ იკადრებდნენ (ეს მეორე მხარე უბრალოდ არ არის ნაჩვენები). კინემატოგრაფში “ემოციურ შოკს” ქმედებების გასამართლებლადაც იყენებენ. თუ ტელემედია საზოგადოების აზრს დროის გარკვეულ მონაკვეთში აყალიბებს (ადამიანებს გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ ავიწყდებათ ტელეეთერით გადაცემული ინფორმაცია), კინემატოგრაფს ამ შემთხვევაში დიდი უპირატესობა აქვს. თუ ფილმს მაღალი მხატვრული ღირებულება აქვს და თან მასში კინოვარსკვლავებიც მონაწილეობენ, ფილმში ჩადებული ემოციური შოკის მუხტი თაობებზე გადადის. სწორედ ამ ემოციური შოკის ეფექტის გამოყენებით

მოახერხა საბჭოთა იდეოლოგიამ, საბჭოთა ადამიანების მთელი თაობებისთვის სამუდამოდ შექულებინა არა მხოლოდ ნაცისტური გერმანია, არამედ მთელი გერმანელი ერი. ძალიან დიდი ძალისხმევა, მოვლენათა გადაფასების რთული ეტაპის გავლა დასჭირდა მსოფლიო კინემატოგრაფს, რათა გერმანელი ერისთვის ეს ნეგატიური დამოკიდებულება შეემსუბუქებინა. ეს პროცესი მსოფლიო კინოში დღემდე მიმდინარეობს და ამის მაგალითი არაერთი თანამედროვე ფილმია, რომელიც მეორე მსოფლიო ომის თემატიკას ეძღვნება და რომელშიც თავად გერმანელი ერის ტრაგიკული განცდებია ასახული ამ მსოფლიო ომის მიმდინარეობის დროს.

სავარაუდოა, რომ სწორედ საკუთარი ქმედებების გასამართლებლად და მომავალი თაობებისთვის ემოციური მუხტის გადასაცემად ფინანსდება რუსეთის ფედერაციის კულტურის სამინისტროს მიერ ჩეჩნეთის ომის თემატიკაზე გადაღებული მხატვრული ფილმებიც.

“სენსაციურობა” ეს მეთოდი მარტივ ფსიქოლოგიურ პრინციპზეა აგებული. ნებისმიერი მანიპულაცია აღწევს წარმატებას, თუ მანიპულატორს შეუძლია, თავისი ტემპი მოახვიოს სხვათა გონებას.

“კონტრარგუმენტებისა და სხვადასხვა გამართლების ძიების მიუხედავად, მართებულია, თუ სენსაციურობას მმართველი ელიტის მიერ მასმედიაზე ზემოქმედების თეორიად აღვიქვამთ, რადგან მასმედიის მიერ მიწოდებულ სენსაციურ ისტორიებს ყოველთვის გადააქვთ საზოგადოების ყურადღება ფუნდამენტური პრობლემებიდან სხვა, უმნიშვნელო საკითხებზე”.¹⁵

“სენსაციურობის” განხილვისას მეცნიერები, ე. გუდის მსგავსად, ძირითადად აღნიშნავენ მეთოდის ზედაპირულ ეფექტს, მაგრამ - თუ საკითხს მეტად სიღრმისეულად განვიხილავთ, “სენსაციურობა” არ არის მხოლოდ ყურადღების მეორე, მესამეხარისხოვან ფაქტებზე გადატანის საშუალება. ეს ხერხი (“სენსაციურობა”) მჭიდროდაა დაკავშირებული ე.წ. “ყურადღების გადატანასთან”, თუმცა როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მეთოდის მთავარი მიზანი “ისტერიული ტემპის” მაყურებელზე მოხვევაა; რაც მაყურებლის ზედმეტ

¹⁵ Goode Erich. “Drugs in American Society”, Page 126, 2007y.

აღზნებას იწვევს და შედეგად - მას კრიტიკული აზროვნების უნარი უჩლუნგდება. ამ მიზნის მიღწევის შემთხვევაში კი პროპაგანდისტს უფრო ფართო ასპარეზი ეხსნება, ვიდრე მხოლოდ ყურადღების გადატანაა. სატელევიზიო საინფორმაციო გამოშვებები არცთუ იშვიათად აუიოტაჟს იწვევს არაგლობალური, ხშირად ჩვეულებრივი კრიმინალური ისტორიის, ერთეული უბედური შემთხვევის და ა.შ. ამბებთან დაკავშირებით. საინფორმაციო გამოშვებები პირდაპირი ჩართვების საშუალებით ამბის სასწრაფოდ გადმოცემის აუცილებლობის ილუზიას თავადვე ქმნიან და “ისტერიულ” ტემპს ახვევენ თავს მაყურებელს. შემდეგ კი საინფორმაციო გამოშვება აუწყებს მაყურებელს ხელისუფლების არაპოპულარული გადაწყვეტილების შესახებ, თუმცა პირველი “კარგად შეფუთული” და ამავედროულად ფუჭი ინფორმაციისაგან თავბრუდახვეული მაყურებელი აღარ აღიქვამს მწვავედ მეორე, გაცილებით მნიშვნელოვან ინფორმაციას – ასეთი შემთხვევა ე.წ. “სენსაციურობის” ყველაზე “გავრცელებული” ფორმაა, თუმცა ამ მეთოდით (“სენსაციურობა”), შესაძლებელია პირდაპირი პროპაგანდის გატარებაც, რასაც მიმართავდა ნაცისტური გერმანია. *“პიტლერის მიზანი იყო, წარმოედგინა ნაცისტური იდეები - როგორც სენსაციური ახალი ამბები, რადგან სწორედ სენსაციურობა ხდიდა მის იდეებს პოპულარულს,”*¹⁶ წერს მეცნიერი პილმერ ჰოფმანი წიგნში “პროპაგანდის ტრიუმფი” და იქვე აღნიშნავს, რომ ამ ხრიკით ნაცისტთა ლიდერი არა მხოლოდ იდეათა პროპაგანდას ეწეოდა, არამედ იმდენად აკმაყოფილებდა მოსახლეობის სენსაციურობისადმი ცნობისმოყვარეობას, რომ რეალური ახალი ამბების მიღების სურვილს აკარგვინებდა. სენსაციურობის წყალობით რადიკალური პოლიტიკური იდეების პოპულარიზაცია მე-20 საუკუნის პირველ ნახევარში გავრცელებული ხრიკი იყო ბრიტანეთშიც. “ბრიტანეთის პრესაში დაბეჭდილი სენსაციური წერილები იყო რადიკალური პოლიტიკური პროპაგანდის ნაწილი. სკანდალური მასალის გავრცელება აძლიერებს საზოგადოების მხარდაჭერას და დიდ ინტერესს რადიკალიზმისკენ”.¹⁷ სენსაციაზე “მოთხოვნა” საზოგადოების მხრიდან ყოველთვის მაღალი იქნება,

¹⁶ Hofman Hilmar. “The Triumph of Propaganda”, Page 232, Published in 1996.

¹⁷ Williams Kevin “Read All about It” A history of the British Newspaper, Published by Routledge 2010.

შესაბამისად, ადამიანთა ცნობისმოყვარეობით “თამაში” და მისი მანიპულირებით საზოგადოებრივი აზრის შექმნის მცდელობა პროპაგანდისტისთვის ყოველთვის იქნება აქტუალური.

“აქცენტების შერევა”, “აქცენტების გადანაცვლება”. ამ მეთოდს სამაუწყებლო მედია ხშირად იყენებს. ხერხის უპირატესობა ისაა, რომ ჟურნალისტის ტექსტი ფაქტობრივ მასალას ეყრდნობა და სრულ სიმართლეს აწვდის მაყურებელს, თუმცა “აქცენტს” მოვლენის მისთვის სასურველ ფაქტზე აკეთებს. მაგალითისთვის: სპორტული კომენტატორი აცხადებს, რომ ქართველი მოციგურავე ელენე გედევანიშვილი მსოფლიოს საუკეთესო მოციგურავეთა ათეულში შევიდა. ეს ინფორმაცია გაცილებით მნიშვნელოვნად ჟღერს, ვიდრე მაგალითად: გამოქვეყნდა სარეიტინგო სია, რომლის მიხედვითაც სადაც მოციგურავე ელენე გედევანიშვილი მეათე ადგილს იკავებს. ანუ - მაყურებლის განწყობის მართვა საკითხის ფორმულირებითაა შესაძლებელი. პირველი მაგალითის მიხედვით ფაქტი პოზიტიურია და მაყურებლისთვის ასოცირდება დიდ გამარჯვებასთან. მეორე მაგალითის მიხედვით კი მაყურებლისთვის კონკრეტული სპორტსმენის მიერ მე-10 ადგილის დაკავება არ იქნება გაიგივებული გამარჯვებასთან, თუმცა ორივე შემთხვევაში ტექსტის შინაარსი იდენტურია.

“აქცენტების გადანაცვლების” წარმატების ფორმულა იმაში მდგომარეობს, რომ მაყურებლის, აუდიტორიის, ყურადღებამ ფაქტიდან ემოციაზე გადაინაცვლოს; ანუ დასამახსოვრებელია არა მომხდარი ფაქტი, არამედ - ემოცია, რომელიც “სწორად აქცენტირებულმა” ფაქტმა გამოიწვია. ემოცია კი თავისთავად განსაზღვრავს დამოკიდებულებას და მოტივაციას აუდიტორიის შემდგომი ქმედებისთვის, რასაც შედეგად შესაძლოა მოჰყვეს როგორც რომელიმე საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაწყვეტილების მხარდაჭერა, პოლიტიკური ლიდერის მხარდაჭერა, ისე ამა თუ იმ პოლიტიკური სეგმენტისთვის ხმის მიცემა და სხვა სახის საზოგადოებრივი აქტივობა. ემოციისა და მოტივაციის მნიშვნელობაზე მრავალი ფსიქოლოგიური კვლევა არსებობს, საიდანაც თვალნათლივ ჩანს, რომ მოტივაცია, რაც შემდგომში

ქმედებას განსაზღვრავს, ემოციის ანარეკლია. *“მოტივაცია განაპირობებს საქციელს, თუმცა ამავდროულად სწორედ ემოცია ხდება პოზიტიური თუ ნეგატიური მოტივაციის მნიშვნელოვანი კომპონენტი.”*¹⁸

ამ ხერხის გამოყენებისას მნიშვნელოვანი ისაა, რომ მოვლენის შინაარსის უცვლელად, ფაქტის დამახინჯების გარეშე, შესაძლებელია რადიკალურად განსხვავებული საზოგადოებრივი აზრის შექმნა, რაც დაადასტურა ჩვენ მიერ ჩატარებულმა გამოკითხვამ. ექსპერიმენტისთვის შეირჩა იდენტური განათლებისა და მსოფლმხედველობის მქონე ჯგუფი (კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მეორე კურსის სტუდენტები). აუდიტორია გაიყო ორ ჯგუფად. მათ მხოლოდ ერთი ინფორმაცია მივაწოდეთ: პირველ ჯგუფს მიეცა შემდეგი ტექსტი: “ქართველი მოციგურავე ელენე გედევანიშვილი მსოფლიოს საუკეთესო მოციგურავეთა ათეულში შევიდა”. მეორე ჯგუფს მიეცა შემდეგი ტექსტი: “გამოქვეყნდა სარეიტინგო სია, რომლის მიხედვითაც მოციგურავე ელენე გედევანიშვილი მხოლოდ მეათე ადგილზეა”. ორივე ჯგუფის წევრებს ტექსტის გაცნობის შემდეგ უნდა სემოეხაზათ 3 არსებული ვარიანტიდან ერთ-ერთი – 1. გედევანიშვილმა კარიერაში დიდ წარმატებას მიაღწია; 2. გედევანიშვილმა კარიერაში წინ ვერ წაიწია; 3. ინფორმაცია უმნიშვნელოა როგორც მოციგურავისთვის, ისე მაყურებლისთვის. ექსპერიმენტის შედეგი შემდეგს გვიჩვენებს: პირველი ჯგუფის ყველა წევრმა შემოხაზა პირველი პასუხი, ხოლო მეორე ჯგუფის დიდმა ნაწილმა - მესამე, მცირე ნაწილმა კი - პასუხის მეორე ვარიანტი.

“აქცენტების გადანაცვლების” კვლევისას აუცილებელია განვიხილოთ ე.წ. “ახალი ამბების გრამატიკა” – წინადადების აგების სტილი. იმისთვის, რომ “ახალი ამბები” მეტად დინამიკური და გამოკვეთილი იყოს როგორც კორესპონდენტის, ასევე წამყვანის ტექსტების, ე.წ. ლიდის, წინადადებები ზმნით იწყება. ამას გარდა ხშირია წარსულის აწმყო დროში გადმოტანა. სწორედ “ახალი ამბებისთვის” დამახასიათებელი ლექსიკა იძლევა “აქცენტების გადანაცვლების” საშუალებას. გრამატიკული ნიუანსების წყალობით ხდება შესაძლებელი მნიშვნელოვანი მოვლენის საზოგადოებისთვის მიწოდება ისე, რომ

¹⁸ Gaulin, Steven J. C. and Donald H. McBurney. Evolutionary Psychology. Prentice Hall 2003y. ISBN 13: 9780131115293, Chapter 6, Motivations direct and energize behavior, while emotions provide the affective component to motivation, positive or negative

ძირითადი “აქცენტი” ნაკლებმნიშვნელოვან ფაქტზე გაკეთდეს. მაგ: “რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრო ჩრდილოეთ კორეის ქმედებაზე მწვავედ რეაგირებს. რუსი დეპუტატები კი კორეული რაკეტის რუსეთის ტერიტორიაზე ჩამოვარდნის ფაქტს განიხილავენ. დღეს დილით, 8:30 საათზე, ჩრდილოეთ კორეის საწვრთნელი სამხედრო ბაზიდან გამოშვებულმა რაკეტამ რუსეთის საზღვარი გადმოკვეთა და დაუსახლებელ ადგილას ჩამოვარდა. რუსეთის დუმის გადაწყვეტილებით, დეპუტატები ფედერაციის საჰაერო თავდაცვის სისტემის შესახებ, რომელმაც ვერ დააფიქსირა კორეული რაკეტა, თავდაცვის მინისტრთან მომავალ კვირაში იმსჯელებენ”. წარმოდგენილ მაგალითში ინფორმაცია სრულადაა მოწოდებული, თუმცა, თუ ამ ტიპის საინფორმაციო ტექსტის ლექსიკას განვიხილავთ, იოლი მისახვედრი იქნება, რომ გრამატიკული ნიუანსების წყალობით მოვლენის ძირითადი აქცენტი გადანაცვლებულია ნაკლებად მნიშვნელოვანზე. ყურადღება გამახვილებულია არა რუსეთის საჰაერო თავდაცვის უუნარობაზე, არამედ საგარეო საქმეთა სამინისტროსა და პარლამენტის ვერბალურ რეაგირებაზე. წარმოდგენილ მაგალითში პირველი წინადადება სწორედ სტრუქტურის რეაგირებას ეხება, თან წინადადება აწმყო დროშია აგებული, რაც მას მეტ სიმწვავესა და დინამიკურობას ანიჭებს. ამას გარდა, დროის ცვალებადობა (წარსულის აწმყო დროში გადმოტანა) ჟურნალისტს საშუალებას აძლევს, ინფორმაცია “საჭირო” აქცენტით დაიწყოს. როდესაც ახალი ამბების ჟურნალისტს აქვს არჩევანის საშუალება ფაქტებს შორის: “მწვავე რეაგირება ჰქონდა” და “რაკეტამ საზღვარი გადმოკვეთა და ჩამოვარდა”, ბუნებრივია, ირჩევს უფრო მნიშვნელოვანს - ანუ “რაკეტამ საზღვარი გადმოკვეთა და ჩამოვარდა” ის სწორედ ამ ფაქტით იწყებს ინფორმაციის მოწოდებას, თუმცა - თუ ჩვენ პირველ ინფორმაციას დროს შევუცვლით, გადავაკეთებთ მას, ამწუთას მიმდინარე მოვლენად და მეორე ფაქტი კვლავ წარსულ დროში დარჩება, ახალი ამბების ჟურნალისტს უკვე საბაბი ექნება, რომ პირველი წინადადება სწორედ უახლესი ამბით დაიწყოს, რასაც შემდგომში მოჰყვება მნიშვნელოვანი, თუმცა უკვე მომხდარი ძველი ფაქტი, შედეგად - აქცენტიც გადანაცვლებულია - რაკეტის ჩამოვარდნიდან ოფიციალური სტრუქტურის რეაგირებაზე. მაგალითად, მოცემული ტექსტი

შინაარსის შეუცვლელად შესაძლოა გადავაკეთოთ ასე: “რუსეთის საჰაერო თავდაცვის სისტემა უცხო ქვეყნის რაკეტას ვერ აფიქსირებს. დღეს დილით, 8:30 საათზე, ჩრდილოეთ კორეის საწვრთნელი სამხედრო ბაზიდან გამოშვებულმა რაკეტამ რუსეთის საზღვარი გადმოკვეთა და დაუსახლებელ ადგილას ჩამოვარდა. რუსი დეპუტატების გადაწყვეტილებით, შექმნილი სიტუაციის გამო - დუმაში თავდაცვის მინისტრთან მომავალ კვირას იმსჯელებენ, მანამდე კი კანონმდებლებმა ქვეყნის საჰაერო თავდაცვასთან დაკავშირებით პოლიტიკური განცხადებები გააკეთეს. ჩრდილოეთ კორეის ქმედებას რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს მკაცრი შეფასებაც მოჰყვა”. ამ ტიპის ტექსტი რუსული საინფორმაციო სამსახურისთვის, სავარაუდოდ, მიუღებელი იქნება, რადგან სახელმწიფოს ძლიერების იმიჯს არყევს და მოსახლეობაში სახელმწიფო საზღვრის დაუცველობის განცდას, ხელისუფლების უუნარობის ემოციას გამოიწვევს.

იოლია “აქცენტების შერევა-გადანაცვლება” ფაქტის მორალურ მხარეზეც. მოვლენის გაშუქებისას ისეთი სენტიმენტალური მომენტების გამოყენება მაგალითად, აცრემლებული ბავშვი გადაფარავს ან - პირიქით, მაქსიმალურად გაამწვავებს საინფორმაციო სამსახურის მიერ გაშუქებულ პრობლემას. აქცენტების შერევა და სიუჟეტის აგება საკითხის მორალურ მხარეზე კინემატოგრაფის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. ბიოგრაფიულ ფილმებში, ისტორიულ თემატიკაზე თუ ომის შესახებ შექმნილ სურათებში აქცენტი ძირითადად საკითხის მორალურ-სენტიმენტალურ მხარეზე კეთდება. კინოპროდუქციის მაგიურ ძალაზე მეტყველებს ფილმის სიუჟეტიდან გამომდინარე ადეკვატური, თუმცა - საკითხის გლობალურად გააზრების შემთხვევაში - აბსოლუტურად მცდარი ემოცია, რაც ეუფლება აუდიტორიას ამა თუ იმ ფილმის ხილვის შემდგომ. მაგალითად, 2008 წელს ეკრანებზე გამოსული ფილმი “მკითხველი” (რეჟ. სტივენ დოლდრი, ბ. შლინკის რომანის ეკრანიზაცია), მოგვითხრობს 36 წლის გერმანელი კონდუქტორის ჰანა შმიცის შესახებ. ის ერთადერთი აღმოჩნდა, ვინც შეუძლოდ მყოფ 15 წლის ბიჭს დაეხმარა. მათ შორის ვითარდება სასიყვარულო ურთიერთობა... მოგვიანებით კი ცნობილი ხდება, რომ სწორედ ეს ქალბატონი ოსვენციმის საკონცენტრაციო ბანაკში

ზედამხედველად მუშაობდა. ჰანა შმიცს ასამართლებენ... ფილმის კონკრეტული დეტალები, სენტიმენტალური სიუჟეტი, ჰანა შმიცის შინაგანი მონანიება იმდენად ძლიერად ზემოქმედებს აუდიტორიაზე, რომ მაყურებელთა უმრავლესობა თანაუგრძნობს და მტკივნეულად განიცდის ოსვენციმის საკონცენტრაციო ბანაკის ზედამხედველის ბედს.

“საინფორმაციო ტალღის შექმნა” – ეს მეთოდი კონკრეტულ ადამიანზე, ადამიანთა ჯგუფზე ან მოვლენაზე აუდიტორიის ყურადღების გამახვილების, ფოკუსირების ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა. როგორც შოუბიზნესის წარმომადგენლებს, ასევე პოლიტიკოსებს, კომერციული თუ არაკომერციული საზოგადოებრივი სტრუქტურების მსგავსად, პოპულარობისა თუ ბიზნესის განვითარებისთვის სჭირდებათ მუდმივად ყურადღების ცენტრში ყოფნა. ყურადღების მიქცევა კი საინფორმაციო ტალღის შექმნითაა შესაძლებელი. საინფორმაციო საბაბი, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია ე.წ. ტალღის აგორება, საკმაოდ მრავალმხრივია. როგორც შოუბიზნესის, ასევე პოლიტიკის სფეროში ჩვენ ხშირად ვხდებით სხვადასხვა ტიპის დაპირისპირების, სკანდალური განცხადების მომსწრე. ხშირად სწორედ ამ ტიპის სკანდალები (პოპულარული მსახიობის, მომღერლის განცხადება სცენის დატოვების შესახებ, არატრადიციული სექსუალური ორიენტაციის შესახებ ბუღვარულ პრესაში გავრცელებული ჭორი, ფიზიკური დაპირისპირება, მკვეთრი პოლიტიკური განცხადებები, რევოლუციური იდეები და ა.შ.) არის სპეციალურად ინსცენირებული იმისთვის, რომ ამ განცხადებამ თუ საქციელმა საინფორმაციო ტალღა შექმნას. ამას გარდა, პოლიტიკურმა სუბიექტმა საკუთარი პოლიტიკური იდეების პოპულარიზაციისთვის საინფორმაციო საბაბად შესაძლოა გამოიყენოს მისგან დამოუკიდებლად წარმოქმნილი ინფორმაცია (მაგ. ტერორისტული აქტი, პოლიტიკური მკვლელობა, რელიგიური დავა და ა.შ.). პირველადი საინფორმაციო ტალღის წარმოქმნა დიდ ძალისხმევას არ ითხოვს, თუმცა, რაოდენ სკანდალურიც უნდა იყოს ინფორმაცია, ის მაქსიმუმ 6-7 დღეში კარგავს აქტუალობას და “იშლება” მასშტაბური აუდიტორიის გონებიდან. იმისთვის, რომ საინფორმაციო ტალღა მეტად სიცოცხლისუნარიანი იყოს, საჭიროა კარგად

გააზრებული ტაქტიკის შემუშავება და თავდაპირველად ინიცირებული საინფორმაციო ტალღის “კვება” ახალი ინფორმაციით. სტრატეგიის დაგეგმვისას მნიშვნელოვანი არა პირველადი საინფორმაციო “დარტემა”, არამედ შემდგომი, ე.წ. მეორეული საინფორმაციო ტალღის გამოწვევაა. მეორეული ტალღის საინფორმაციო საბაზი არაპირდაპირ უნდა უკავშირდებოდეს პირველად ინფორმაციას (თუ “მეორეული” საინფორმაციო საბაზი პირველადს პირდაპირ უკავშირდება, ის ვერ უზრუნველყოფს გრძელვადიან საინფორმაციო ტალღას). საინფორმაციო ტალღის შექმნის სტრატეგია ეფუძნება ზეგავის, მეწყერის ჩამოწოლის ეფექტს, როდესაც “სწორად” დაშვებულ პატარა კენჭს დამანგრეველი მასის წარმოქმნა შეუძლია – ანუ სწორად გათვლილი სტრატეგიის შემთხვევაში, ჟურნალისტები იტაცებენ სენსაციას, აწვდიან მას აუდიტორიას. თემის ამოწურვამდე მას ემატება მეორე სენსაცია, რომელიც არ არის უშუალოდ დაკავშირებული პირველთან, თუმცა ანალიტიკური აზროვნების პრეტენზიის მქონე ჟურნალისტები ამ ორ მოვლენას აკავშირებენ და მესამე საინფორმაციო ტალღაც ბუნებრივად წარმოიშობა. ასეთი ტიპის “კვების” მეშვეობით საინფორმაციო ტალღა თითო კვირით იხანგრძლივებს სიცოცხლეს. რაც უფრო კარგად არის დაგეგმილი სტრატეგია, მით ხანგრძლივია საინფორმაციო ტალღა, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია როგორც პერსონისთვის იმიჯის შექმნა, ასევე ქვეყანაში დესტაბილიზაციის გამოწვევა. ამა თუ იმ ქვეყნის ხელისუფლებისთვის სერიოზული პრობლემის შექმნის პირველადი საინფორმაციო საბაზი შესაძლოა გახდეს სამართალდამცველების მიერ ცუდად შესრულებული, უდანაშაულო მსხვერპლით დასრულებული სპეცოპერაცია. ფაქტს ოპოზიციის მხრიდან მოჰყვება სკანდალური პოლიტიკური განცხადება. რამდენიმე დღეში კი ვრცელდება სხვა, ძალოვან სტრუქტურაში არსებული (თუნდაც არცთუ ძალზე სკანდალური), ინფორმაცია, თუმცა ოპოზიცია მეორეულ ინფორმაციას სკანდალურად აწვდის საზოგადოებას. ჟურნალისტები ლოგიკურად აერთიანებენ ამ ორ ინფორმაციას და თავისთავად, უკვე ინიციატორის ძალისხმევის გარეშე, ჩნდება ძალოვანი სტრუქტურების წინააღმდეგ მიმართული მასშტაბური მედიაკამპანია, რომელიც სწორად გათვლილი სტრატეგიის (სკანდალური ინფორმაციით კვების) შემთხვევაში

შესაძლოა გადაიზარდოს ძალადობის წინააღმდეგ მასშტაბურ საპროტესტო აქციებში.

სწორედ “საინფორმაციო ტალღის” გამოყენებით შიდაპოლიტიკური რყევების გამოწვევა “ცივი ომის” პერიოდში საკმაოდ გავრცელებული ტაქტიკა იყო. ყოფილმა ამერიკელმა მზვერავმა, ცენტრალური სადაზვერვო სააგენტოს თანამშრომელმა (1957-1968წ.), ფილიპ აგეიმ (Philip Agee), რომელმაც იდეოლოგიური მიზეზების გამო დატოვა სადაზვერვო სააგენტო, 1975 წელს ლონდონში გამოსცა წიგნი სახელწოდებით “კომპანიის შიგნით: ცენტრალური სადაზვერვო ბიუროს დღიური” (Inside the company: CIA diary). ფ. აგეი აშშ-ის - ჯაშუშური ქსელის საქმიანობის გარდა - აღწერს იმას, თუ როგორ იქმნებოდა და ვითარდებოდა “საინფორმაციო ტალღები”, ლათინური ამერიკის ქვეყნებში ამერიკის შეერთებული შტატების პოლიტიკის გასამყარებლად. ყოფილი ჯაშუში წერს რომ, მძლავრი საინფორმაციო ტალღის შექმნის შედეგად - 1964 წელს ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობამ კუბის იზოლაციაში მოქცევა მოახერხა. *“ამერიკული სახელმწიფოების ორგანიზაციის (OAS) საგარეო საქმეთა მინისტრების კონფერენციაზე განიხილეს იარაღის საიდუმლო სამალავისა და კენესუელაში წამოწყებული მოძრაობის საკითხები... ამუშავდა “მედიაპროექტი”, დაიწყო აქტიური პროპაგანდა კასტროს ხელისუფლების წინააღმდეგ. პროექტში ჩართული იყო ნიუ-იორკში მყოფი რედაქტორებისა და პრესსამსახურების უამრავი თანამშრომელი”*¹⁹. ფ. აგეი მიიჩნევს, რომ სწორედ მძლავრი საინფორმაციო ტალღის წყალობით - ამერიკული სახელმწიფოების ორგანიზაციის წევრმა ქვეყნებმა კუბასთან ყველანაირ ურთიერთობაზე უარი განაცხადეს. იმის მიუხედავად, რომ ფ. აგეის ინფორმაციის უტყუარობა საეჭვოა (სხვადასხვა წყაროები ამტკიცებენ, რომ ფ. აგეი საბჭოთა სუკმა მოისყიდა. საბჭოთა კონტრდაზვერვის ხელმძღვანელის - ოლეგ კალუგინის ოფიციალური განცხადებით კი ფ. აგეი 1973 წელს ნამდვილად მივიდა მექსიკაში საბჭოთა სუკის რეზიდენტურაში და თანამშრომლობა შესათავაზა, თუმცა სუკისთვის ფ. აგეი არ იყო “სანდო”, რის გამოც საბჭოთა კონტრდაზვერვამ მასთან თანამშრომლობაზე უარი განაცხადა), მის მიერ აღწერილი ე.წ.

¹⁹ Agee Philip, “Inside the company: CIA diary” Bantam Books, 1975y, page 389.

“მედიაპროექტების” დეტალები თითქმის სრულად ესადაგება კლასიკურ პროპაგანდისტულ მეთოდიკას.

სხვადასხვა სტრუქტურაში აგენტურის ჩანერგვით, სახელმწიფო მოხელეების მოსყიდვით და ჯაშუშური საქმიანობით სასურველი მიზნის მიღწევა (ერთი ქვეყნის მიერ სხვა ქვეყანაში მისთვის სასურველი სცენარით პროცესების განვითარება) მასშტაბური საინფორმაციო ტალღის “აგორების” გარეშე შეუძლებელია. სწორედ ამ თემატიკას ეხება უილიამ ბლუმის წიგნი “იმედის მოკვლა” (*Killing Hope: US Military and CIA Interventions Since World War II*). ნაშრომში დეტალურადაა განხილული ამერიკის შეერთებული შტატების ხელისუფლების როლი მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ მსოფლიოში განვითარებული მნიშვნელოვანი პოლიტიკური მოვლენების შესახებ. უ. ბლუმის მიხედვით, ჩილეს სათავეში მყოფი საღვადორე ალიენდეს ხელისუფლებისა და ვაშინგტონის დაპირისპირებისას ერთ-ერთი მთავარი იარაღი მედია იყო. ს. ალიენდეს წინააღმდეგ მედიაში მასშტაბური საინფორმაციო ტალღა “აგორდა”. ე.წ. პირველადი ტალღის საბაზი იყო ის, რომ - იმ შემთხვევაში, თუ ს. ალიენდე იქნებოდა ჩილეს სათავეში, ქვეყანა საერთაშორისო მხარდაჭერასა და ფინანსურ დახმარებას ვერ მიიღებდა. მას მალევე მოჰყვა მეორეული ტალღები – ინფორმაცია (დაუდასტურებელი) იმის შესახებ, რომ ალიენდე ქონების ნაციონალიზაციას აპირებს, მათ შორის - სახელმწიფოს საკუთრებაში გადავა პატარა მაღაზიებიც. დაუდასტურებელი ინფორმაციის გავრცელების გამო, ალიენდემ ადგილობრივი გაზეთი “El Mercurio” გააკრიტიკა, რასაც მის წინააღმდეგ მესამე ტალღა მოჰყვა. ადგილობრივმა, ისევე, როგორც მსოფლიოს მედიამ ჩილეს ხელისუფლება თავისუფალი სიტყვის შეზღუდვაში დაადანაშაულა. დასავლურმა მედიამ თემა იმდენად გაამწვავა, რომ საერთაშორისო პრესის ასოციაციის საპროტესტო წერილები დასავლური პრესის პირველ ფურცლებზე დაიბეჭდა. ჩილეში არსებული სიტუაცია 7 კვირის განმავლობაში მსოფლიო მედიასაშუალებების ყველაზე “ცხელი” თემა იყო. “ამ პერიოდის განმავლობაში (7 კვირა), ლათინურ-ამერიკულ და ევროპულ მედიაში ჩილეს თემას 700-ზე მეტი გადაცემა, სტატია თუ ედიტორიალი მიეძღვნა. ამას გარდა, მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის ჟურნალისტები (ათზე მეტი ქვეყნიდან)

აშშ-ის ცენტრალური სადაზვერვო სააგენტოს დაფინანსებით ჩავიდნენ ჩილეში, რათა ადგილზე გაეკეთებინათ რეპორტაჟები, რაც რეალური ისტორიების გარდა - სიტუაციის გასამწაველად მრავალ ინსპირირებულ ისტორიას ეფუძნებოდა”.²⁰

მასშტაბური საინფორმაციო ტალღის საბაბი შესაძლოა გახდეს მხატვრული ფილმიც. ძლიერი ტალღის “აგორების” ერთ-ერთი ნათელი მაგალითია მელ გიბსონის (Mel Gibson) მიერ 2004 წელს გადაღებული ფილმი: “ქრისტეს ვნებანი” (*The Passion of The Christ*). ფილმი საინფორმაციო საშუალებების მიერ მივიწყებული თემის - ანტისემიტის განხილვის საბაბი გახდა. სწორედ ეს ფილმი იყო ე.წ. მეორე საინფორმაციო ტალღის საბაბი, რომელმაც თითქმის მთელი მსოფლიო მოიცვა. ამერიკულმა კვლევითმა ცენტრმა “The Pew Research Center for the People and the Press” გამოაქვეყნა 1986-2006 წწ ანალიზი იმის შესახებ, თუ მედიის მიერ მიწოდებული რომელი ახალი ამბავი (news) იყო აქტუალური ამერიკის შეერთებული შტატების მოსახლეობისთვის 20 წლის განმავლობაში. ახალი ამბავის ინტერესის ინდექსის კატეგორიაში “ახალი ამბავის ინტერესი ცნობილი პიროვნებებისა და ე.წ. მსუბუქი ახალი ამბავის მიმართ” (News Interest in Celebrity Soft-News) სხვადასხვა ტელევიზიით ფილმის განხილვასა და თემაზე საუბარს მოსახლეობის ინტერესის 37% ერგო, საზოგადოებრივი ინტერესის ინდექსის მაჩვენებლით (20 წლის განმავლობაში) ეს თემა მხოლოდ პრინცესა დიანას გარდაცვალებას ჩამორჩება. “1986-წლიდან მოყოლებული 2006 წლის ბოლომდე მედიით გავრცელებული ერთადერთი ისტორია, რომელმაც ყველაზე დიდი აუდიტორიის ყურადღება მიიპყრო 2004 წელს, მელ გიბსონის ფილმის - “ქრისტეს ვნებანის” განხილვა იყო”.²¹ კვლევა ადასტურებს, რომ ასეთი მასშტაბის საინფორმაციო ტალღა არცერთ სხვა მოვლენას არ შეუქმნია.

“პრობლემის შექმნა – რაზე უნდა იფიქროს საზოგადოებამ”.
შეუძლებელია ვამტკიცოთ, რომ პროპაგანდას შესწევს უნარყ - დაარწმუნოს

²⁰ Blum William, “Killing Hope: US Military and CIA Interventions Since World War II”. First published outside of North America by Zed Books Ltd, 7 Cynthia Street, London NI 9JF, UK in 2003y, page 2011.

²¹ Robinson J. Michael - The News Interest Index, 1986-2007, Two Decades of American News Preferences; Part 1: “Analyzing What News the Public Follows - and Doesn’t Follow”, page 34. Specialty to the Pew Research Center, 1615 L Street, NW Suite 700 Washington, DC 20036; August 22, 2007.

საზოგადოების უმრავლესობა ნებისმიერ საკითხში, თუმცა მკვლევრების აზრით, პროპაგანდას შეუძლია, საზოგადოებას თავს მოახვიოს პრობლემა და აუდიტორია იძულებული გახადოს - იფიქროს სწორედ პროპაგანდისტის მიერ “კარგად შეფუთული” პრობლემის შესახებ. *“კარგად წარმართულ კამპანიას შეუძლია უკარნახოს საზოგადოებას ის, თუ რაზე უნდა იფიქრონ, რა არის მნიშვნელოვანი და აქტუალური. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ერთგვარად ადგენენ დღის განმავლობაში აუდიტორიის განსახილველ თემებს. პრობლემის შექმნა არის ინფორმაციის მიზანმიმართულად გადარჩევა, ამა თუ იმ მოვლენისთვის დიდი მნიშვნელობის მინიჭება. თავისთავად მოვლენა და შემდგომში მისი საინფორმაციო საშუალებების მიერ გაშუქება სულაც არ არის ერთი და იგივე. საინფორმაციო საშუალებებმა შესაძლოა “ვერ შეამჩნიონ” რაიმე მოვლენა ან - პირიქით, რაიმე მოვლენას მიანიჭონ ძალზე დიდი მნიშვნელობა”*²² საზოგადოებისთვის განსჯის ობიექტის შექმნა, საინფორმაციო პროგრამების ბადის აგებაზეა დაფუძნებული. იმის მიუხედავად, თუ რამდენად აქტუალური, მნიშვნელოვანია საზოგადოებისთვის ესა თუ ის საკითხი, საინფორმაციო პროგრამების ბადის წყალობით (როდესაც საკითხი საინფორმაციო გამოშვების მთავარი ამბავი (Top News) ხდება), როგორც წესი, ის აუდიტორიისთვისაც მთავარ განსახილველ თემად იქცევა. საინფორმაციო გამოშვების ბადის აგებასა და ამ მეთოდით საზოგადოებაზე გავლენის შესახებ ასობით კვლევაა გამოქვეყნებული. მედიის მიერ საინფორმაციო ბადის მეშვეობით აუდიტორიაზე შესაძლო ზემოქმედების შესახებ პირველი კვლევა ეკუთვნის გასული საუკუნის 20-იანი წლების ამერიკელ მეცნიერს, ჟურნალისტს - ვალტერ ლიპმანს. მეცნიერი საკითხს 1922 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომში “საზოგადოებრივი აზრი” (Public Opinion) შეეხო. მკვლევარი მიიჩნევს, რომ სწორედ მასობრივი მედიის საშუალებები განსაზღვრავს იმას, თუ რაზე უნდა იფიქროს და ინერვიულოს საზოგადოებამ. ვ. ლიპმანის მტკიცებით, მედია მანიპულირებს იმით, რომ ქმნის გარკვეულ ე.წ. “სურათებს ჩვენს გონებაში” (Pictures in our heads). *“აღაშიანს, რომელსაც თავად არ განუცდია ესა თუ ის მოვლენა (სიტუაცია), ერთადერთი გრძნობა, რაც შეიძლება ჰქონდეს, დაეუფლოს ამ მოვლენის მიმართ, არის მის გონებაში*

²² Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды (Создание проблемы) стр. 32

არსებული სურათი (კადრი) ამ მოვლენის შესახებ, რაც განსაზღვრავს მის დამოკიდებულებას”.²³ ამას გარდა ვ. ლიპმანი აღნიშნავს, რომ “თითოეული ადამიანის საქციელი, მისი ქმედება, ეფუძნება არა მის პირდაპირ და კონკრეტულ ცოდნას, განათლებას, არამედ იმ სურათებს, რაც თავად შექმნა ან მიაწოდეს”.²⁴ მეცნიერის თეორიის მიხედვით, ადამიანთა გონებაში ე.წ. სურათების ჩაბეჭდვის დომინანტი სწორედ მასმედიაა. ვ. ლიპმანის ცნობილი გამოთქმა “სურათები ჩვენს გონებაში (თავში)” – “Pictures in our heads”, მოგვიანებით საფუძვლად დაედო მედიის მკვლევართა მრავალ ნაშრომს. ვ. ლიპმანის კონცეფცია - ახალი ამბების პრიორიტეტებად დახარისხების (ბადის აწეობის როლის) შესახებ - დაედო საფუძვლად მკვლევრების - მ. მაკომბსის და დ. შოუს (M. McCombs; D. Shaw) - მიერ წამოყენებულ ე.წ. “დღის წესრიგის” თეორიას. მათ შეისწავლეს, თუ რამდენად ზემოქმედებს მედიარეპორტაჟები საზოგადოების მიერ ამა თუ იმ თემის მნიშვნელობის შეფასებისას. კვლევის პირველი რეზულტატები “ახალი ამბების პრიორიტეტებად დახარისხების” შესახებ მეცნიერებმა 1972 წელს გამოაქვეყნეს. საკითხის შესახებ ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაშრომი ცნობილია როგორც “ჩაპელ ჰილსის კვლევა” (Chapel Hill study). ჩრდილოეთ კაროლინის უნივერსიტეტის ორმა მეცნიერმა კვლევა 1968 წელს (1968, საპრეზიდენტო არჩევნების წელი აშშ-ში, ამ პერიოდში აქტუალურია ასევე ვიეტნამის ომი და შავკანიანთა მოძრაობა უფლებების დაცვის შესახებ) ამავე შტატის ქალაქ ჩაპელ ჰილში ჩაატარა. მათი მიზანი იყო, დაედგინათ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ზემოქმედება გარკვეული პრობლემების საზოგადოებრივ შეფასებაზე. ამ კვლევის ფარგლებში მეცნიერები ჩაპელ ჰილსის მოსახლეობას საპრეზიდენტო არჩევნებამდე ეკითხებოდნენ: “დღესდღეობით რა პრობლემები გაწუხებთ ყველაზე მეტად? მიუხედავად იმისა, თუ რა თემებზე საუბრობენ პოლიტიკოსები, დაასახელეთ რამდენიმე მთავარი საკითხი, რომლებიც უნდა გადაჭრას ხელისუფლებამ”.²⁵ კითხვარში, რომელიც დარიგდა, მოსახლეობამ თემები (შიდა პოლიტიკა, სამართალდაცვა, საგადასახადო პოლიტიკა...) პრიორიტეტების მიხედვით გადაანაწილა.

²³ Walter Lippmann, Public Opinion, p. 13; First published in 1922y.

²⁴ Walter Lippmann, Public Opinion, p. 25; First published in 1922y.

²⁵ M. McCombs, & D. Shaw, The agenda-setting function of mass media. 1972y. p.178.

პარალელურად მეცნიერები სამი კვირის განმავლობაში აანალიზებდნენ და პროცენტულად ახარისხებდნენ თემებს, რასაც ყველაზე მეტი ყურადღება დაეთმო ადგილობრივ ტელევიზიაში, რადიოსა და პრესაში. მიღებული შედეგების შედარებისას აღმოჩნდა, რომ საზოგადოების მიერ პრიორიტეტებად დახარისხებული თემები თითქმის სრულად ემთხვეოდა მასმედიის მიერ ახალი ამბების პრიორიტეტებად დახარისხებას (ახალი ამბების ბადეს). მნიშვნელოვანი თემების მედიიდან აუდიტორიაზე გადატანა – მასმედიის მიერ საზოგადოებისთვის ახალი ამბების პრიორიტეტების დადგენა-განსაზღვრა - საკითხის შემდგომი კვლევების კიდევ ერთი საფუძველი გახდა. მაკომბსმა და შოუმ კვლევა განაგრძეს. მეცნიერები სხვა მკვლევრებთან ერთად საკითხს შემდგომი 25 წლის განმავლობაში იძიებდნენ. სხადასხვა მეცნიერის მიერ ამ პერიოდში ჩატარებული ფუნდამენტური კვლევები 4 ეტაპად დაიყო. ამ პერიოდში ჩატარებულ კვლევათაგან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი იყო მეცნიერების - აიენგარის, პეტერსის და კაინდერის (Iyengar, Peters & Kinder,) - მიერ 1982 წელს ჩატარებული ლაბორატორიული ექსპერიმენტი. კვლევის მონაწილეები ერთი კვირის განმავლობაში სადამოებოთ უყურებდნენ მთავარ საინფორმაციო გამოშვებას, რომელიც მკვლევარების მიერ იყო დამონტაჟებული. მეცნიერებმა ლაბორატორიული კვლევის მონაწილენი სამ ჯგუფად დაყვეს. პირველი ჯგუფი თვალყურს ადევნებდა სადამოს საინფორმაციო გამოშვებას, რომელშიც ძირითადი, მთავარი ამბავი აშშ-ის თავდაცვა იყო. მეორე ჯგუფი აკვირდებოდა საინფორმაციო გამოშვებას, რომელშიც ძირითადი პრობლემა გარემოს დაბინძურება იყო. მესამე ჯგუფი კი ისმენდა ახალ ამბებს. აქ კი მთავარი თემა ინფლაცია და ეკონომიკური საკითხები იყო. ერთი კვირის შემდეგ ექსპერიმენტში მონაწილენი დარწმუნებული იყვნენ, რომ სახელმწიფოსთვის პირველი რიგის ამოცანა უნდა იყოს იმ პრობლემის მოგვარება, რომელიც სპეციალურად დამონტაჟებული ახალი ამბების მთავარ თემას წარმოადგენდა (I ჯგუფის შემთხვევაში - თავდაცვა, II ჯგუფისთვის - პრიორიტეტი: გარემოს დაცვა; III ჯგუფისთვის კი ეკონომიკური საკითხები გახდა). კვლევამ კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი შედეგი მიიღო – მეცნიერთა მიერ დამონტაჟებულმა ახალი ამბების გამოშვებებმა გავლენა იქონია ექსპერიმენტის მონაწილეთა

პოლიტიკურ შეხედულებებზე. კერძოდ, ლაბორატორიული კვლევის მონაწილენი უპირატესობას (საპრეზიდენტო არჩევნებში) იმ პოლიტიკოსს ანიჭებდნენ, რომლის გამოსვლებშიც მეტი აქცენტი, უფრო ნათელი პოზიცია იყო გამოხატული კონკრეტული პრობლემის (კვლევის მონაწილეთა მიერ პრიორიტეტად მიჩნეული პრობლემის) შესახებ.

მეოცე საუკუნის მიწურულს კი თანამედროვე მედიაგვლევართა აზრი გაიყო. ვ. ლიპმანისა და “ჩაპელ ჰილსის” მკვლევარების მიმდევრები და თანამოაზრეები მიიჩნევენ, რომ ე.წ. ახალი ამბების პრიორიტეტების კონცეფცია არის თეორია. მაკომბსი და შოუ კონცეფციას თეორიის სტატუსს ანიჭებენ, ხოლო მეცნიერთა მეორე ნაწილი მიიჩნევს, რომ წარმოდგენილი კონცეფცია მხოლოდ ჰიპოთეზაა. *“ახალი ამბების პრიორიტეტების დადგენის კონცეფციის მომავალი მჭიდროდაა დაკავშირებული ზოგადად მედიაგვლენის შესახებ მომავალ კვლევებთან. პრიორიტეტების დადგენის კონცეფცია არის ამ უზარმაზარი მოზაიკის მხოლოდ ერთ-ერთი ფრაგმენტი, რომლის წარმატება თუ წარუმატებლობა მედიაგვლენის შესახებ სხვა მიმართულებების შემდგომ კვლევებზეა დამოკიდებული”*²⁶. თანამედროვე მედიაგვლევრები საინფორმაციო ბადის საზოგადოებაზე ზემოქმედების ანალიზისას დღეს ცდილობენ, სხვადასხვა კვლევის მეშვეობით “მოზაიკის” კიდევ ერთი “ფრაგმენტი” - ახალი ამბების პრიორიტეტების დადგენის მიზეზ-შედეგობრივი ასპექტი - გააანალიზონ. ცალკეული მკვლევარების აზრით, სწორედ ახალი ამბების ბადე კარნახობს საზოგადოებას იმას, თუ რა არის პრიორიტეტული მოვლენა. მეცნიერთა მეორე ნაწილი კი თვლის, რომ საინფორმაციო გამოშვებების ბადისა და საზოგადოების პრიორიტეტების თანხვედრა მედიის საზოგადოებაზე გავლენას კი არ ადასტურებს, არამედ - პირიქით, მედიაზე საზოგადოების გავლენაზე მეტყველებს. ჩვენ ვერცერთ ჰიპოთეზას ვერ გამოვრიცხავთ, თუმცა როგორც საერთაშორისო მედიაკამპანიებზე, ისე საქართველოში მიმდინარე პროცესებზე დაკვირვებით, ვვარაუდობთ, რომ საკითხი (ახალი ამბების ბადის გავლენა საზოგადოებაზე) არ შეიძლება ცალსახად იყოს განხილული. ვფიქრობთ, რომ ახალი ამბების მიერ დასახული პრიორიტეტების საზოგადოებაზე გავლენის

²⁶ Kosicki, G. M. Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research. Journal of Communication. 1993y. p118

ხარისხი (და პირიქით) დამოკიდებულია რამდენიმე მნიშვნელოვან ფაქტორზე: I. როგორი ტიპის მმართველობაა ქვეყანაში – ავტორიტარული მმართველობის შემთხვევაში საზოგადოებას არ მიუწვდება ხელი, ალტერნატიული აზრი გაიგოს. ამიტომ, ბუნებრივია, ასეთი ტიპის ქვეყნებში პრიორიტეტებს ავტოკრატი მმართველის მიერ ხელში ჩაგდებული მედია განსაზღვრავს; II. რამდენად დახურული ან ღიაა თავად საზოგადოება – დახურული საზოგადოების “დამუშავება” გაცილებით იოლი ამოცანაა პროპაგანდისტისთვის, განსაკუთრებით ე.წ. განვითარებადი დემოკრატიის ქვეყნებში, სადაც მოსახლეობა ახალი გამოსულია ავტორიტარული მმართველობის მარწუხებიდან (მაგ., ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნები), თუმცა საზოგადოება ჯერ არ არის მზად ტრანსფარენტულობისთვის და ინარჩუნებს ე.წ. დახურული საზოგადოების ცხოვრების სტილს; III. არის თუ არა ქვეყანაში საომარი მდგომარეობა – დემოკრატიულ, სოციალურად დაცულ, ღია საზოგადოების მქონე ქვეყნის მოსახლეობისთვისაც საომარი მდგომარეობა (თუნდაც ეს არ იყოს უშუალოდ მათი ქვეყნის საზღვართან) ქმნის ერთგვარ პანიკას, რომლის დროსაც მოსახლეობა დეზორიენტირებულია. ამ დროს აუდიტორია ერთგვარად თავად ითხოვს, რომ სწორედ მედიამ განსაზღვროს პრიორიტეტები, დაადგინოს დღის წესრიგი; IV. რამდენად პოლიტიზებულია საზოგადოება – პოლიტიზებული საზოგადოებისთვის (რაც დამახასიათებელია განვითარებადი დემოკრატიის ქვეყნებში), გარკვეული პოლიტიკური სკანდალების მეშვეობით, იოლია პრიორიტეტების განსაზღვრა, რადგან ასეთი ტიპის აუდიტორია მედიის ნებისმიერ ანკესს ეგება; V. რა სოციალური პირობებია შექმნილი ქვეყანაში – იმ შემთხვევაში, თუ სოციალური ფონი ქვეყანაში დაბალია, მოსახლეობა იმდენად დათრგუნული და დაკავებულია საკუთარი სოციალური პრობლემის გადაჭრაზე ფიქრით, რომ ძირითად პოლიტიკურ დღის წესრიგს მათ მაგივრად მედია ადგენს, აუდიტორია კი მას უპირობოდ იღებს; VI. რამდენად რელიგიურია, როგორია რელიგიის გავლენა აუდიტორიაზე – ისეთი ტიპის ქვეყნებში, როგორიცაა მაგ., ირანის ისლამური რესპუბლიკა, შეუძლებელია საზოგადოებას რაიმე გავლენა ჰქონდეს ახალი ამბების პრიორიტეტების დადგენისას; ჩვენი დაკვირვებით, დემოკრატიულ ქვეყანაში, რომელიც არ არის ჩართული საომარ მდგომარეობაში,

სადაც რელიგია არ კარნახობს ქვეყნის პოლიტიკურ კურსს, სადაც მოსახლეობა დეპოლიტიზებულია და საკუთარ სიმპათიას ძირითადად მხოლოდ არჩევნების დღეს ავლენს, ასეთი ტიპის სოციალურად დაცული, ღია საზოგადოება თავად კარნახობს საინფორმაციო მედიას ახალი ამბების პრიორიტეტებს; თუმცა ვვარაუდობთ, რომ თუნდაც ასეთი ტიპის საზოგადოებისთვისაც შესაძლებელია კონკრეტული სიტუაციისას კონკრეტული პრიორიტეტების განსაზღვრა. ასეთ შესაძლებლობას კი კინოპროდუქცია იძლევა. თუ ფილმში ცალკეული საკვანძო ეპიზოდების კადრირებას საინფორმაციო სამსახურის ბაღეს შევადარებთ, ე.წ. ჰედლაინებსა და ეპიზოდის კადრირების მსგავსებას აღმოვაჩენთ. დაკვირვება ცხადყოფს, რომ საინფორმაციო გამოშვებაში (ჰედლაინებსა და შემდგომ - სრულად პროგრამის ბაღეში) ვერბალურად დალაგებული, გადანაწილებული პრიორიტეტები ფილმის ცალკეული - საკვანძო, უსიტყვო ეპიზოდების კადრირებას ჰგავს. მაგალითისთვის განვიხილოთ უ. შექსპირის “რომეო და ჯულიეტას” ყველასთვის ცნობილი ეკრანიზაციის (რეჟ. ფრანკო ძეფირელი 1968) ფრაგმენტი - უსიტყვო ეპიზოდი, როდესაც რომეო პირველად დაინახავს ჯულიეტას. როგორია ცალკეული ეპიზოდის კადრირება - რა პრიორიტეტებს განუსაზღვრავს რეჟისორი მაყურებელს და, მეორე მხრივ, წარმოვიდგინოთ, თუ როგორ გაშუქდებოდა, რა პრიორიტეტებით “დალაგდებოდა” საინფორმაციო ბაღეში ამ ეპიზოდში განვითარებული მოვლენები (ფილმის რეჟისორის მსგავსად - საინფორმაციო გამოშვების პროდიუსერი როგორ ააწყობდა გამოშვებას). საგულისხმოა, რომ საინფორმაციო გამოშვების მომზადებისას პროდიუსერები, რედაქტორები (ისე, როგორც ჟურნალისტები რეპორტაჟისა თუ სიუჟეტის მომზადებისას) ხელმძღვანელობენ რომელიმე იმპერატორის, მარკუს კვინტილიანუსის ცნობილი ფორმულით - “ვინ? რა? როდის? სად? როგორ? რატომ?” თუმცა ტელეჟურნალისტიკის ბევრ სახელმძღვანელოში საინფორმაციო პუბლიცისტიკაზე საუბრისას ეს ფორმულა შემოკლებული სახითაა წარმოდგენილი: “რა? სად? როდის?”, ხოლო “როგორ? რატომ? რისთვის?” - ანალიტიკურ პროგრამებს განეკუთვნება.

ფილმის ეპიზოდის კადრირება	ეპიზოდში განვითარებული მოვლენა რა	ფორმულა, რითიც
---------------------------	-----------------------------------	----------------

	პრიორიტეტულობის მიხედვით გადანაწილდებოდა საინფორმაციო გამოშვების ბაღეში.	ხელმძღვანელობენ საინფორმაციო სამსახურებში.
რომეო წვეულებაზე დაინახავს ჯულიეტას, რომელიც იწყებს ცეკვას.	რა? - რომეომ და ჯულიეტამ პირველად დაინახეს ერთმანეთი.	რა?
დარბაზში იწყება ცეკვა	სად? - დარბაზში, სადაც იწყება ცეკვა.	სად?
ჯულიეტა ცეკვავს უფრო აქტიურ, მოძრავ იღეთებს ასრულებს.	როდის? - როდესაც ჯულიეტა ცეკვავს.	როდის?

საინფორმაციო სამსახურის სპეციფიკიდან გამომდინარე, პროგრამის წამყვანი მოვლენას, სავარაუდოდ, წარადგენდა ასე: რომეომ და ჯულიეტამ პირველად დაინახეს ერთმანეთი ჯულიეტას სახლის დარბაზში, რა დროსაც ჯულიეტა პირველ ცეკვას ასრულებდა. ანუ, ე.წ. საინფორმაციო ქუდის ტექსტში პრიორიტეტთა რიგითობა ისე გადანაწილდებოდა, როგორც ეს გადანაწილებული აქვს მხატვრული ფილმის რეჟისორს. სქემის მსგავსებამ და მედიის მიერ საინფორმაციო ბადის მეშვეობით აუდიტორიაზე შესაძლო ზემოქმედების შესახებ პირველი კვლევის ავტორის - ვალტერ ლიპმანის შრომამ, რომელშიც მეცნიერი აყალიბებს აზრს იმის შესახებ, რომ მედია მანიპულირებს იმით, რომ ქმნის გარკვეულ “სურათებს ჩვენს გონებაში”, გვიბიძგა ლაბორატორიული კვლევისკენ, რათა გაგვერკვია, რამდენად ზემოქმედებს მხატვრული ფილმის ცალკეული საკვანძო უსიტყვო ეპიზოდების კადრირება აუდიტორიის პრიორიტეტთა ჩამოყალიბებაზე. ჩვენ მიერ შეირჩა სტუდენტ გოგონათა ერთი ჯგუფი, (ერთი ასაკობრივი კატეგორია, საერთო ინტერესები, ცოდნის თანაბარი დონე...), რომელიც გაიყო ორად - 15-15 სტუდენტი (კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სტუდენტები). მათ პრიორიტეტების მიხედვით უნდა დაეღაგებინათ პასუხები კითხვაზე – რა შემთხვევაში დაინტერესდებიან უცნობი მამაკაცით:

- თუ მას აქვს ათლეტური აღნაგობა
- ღამაში ჩაცმულობა
- ექსტრაგაგანტულობა

- თუ გიმზერთ
- მომხიბვლელი გარეგნობა (სახე)
- სახის გარკვეული დეტალები, ნაკეთები (თვალი, ცხვირი, წარბი...)
- სხეულის დეტალები (ღამაზი კიდურები, თითები...)
- არაორდინარული საქციელი

ექსპერიმენტში მონაწილე პირველი ჯგუფის უმრავლესობამ პრიორიტეტი მიანიჭა პირველ პუნქტს (ათლეტური აღნაგობა). 15 მონაწილიდან არცერთს - არც პირველ, არც მეორე და არც მესამე პრიორიტეტად არ დაუსახელებია “მზერა”.

ექსპერიმენტში მონაწილე მეორე ჯგუფს ვაჩვენეთ ეპიზოდი კ/ფ “რომეო და ჯულიეტადან” (წვეულების ეპიზოდი, როდესაც რომეო და ჯულიეტა პირველად დაინახავენ ერთმანეთს). კადრების მიხედვით, ჯულიეტას ინტერესს გამოიწვევს რომეოს მზერა, მეორე ეფექტი კი უკვე მისი სახე, კონკრეტულად კი თვალებია. როდესაც სვეტს ამოფარებული ემაწვილი პირველად იხსნის ნიღაბს, კადრში ახლო ხედით ჩანს მისი სახე. აქცენტი კეთდება მის თვალებზე (თვალებზე ასევე მეტი აქცენტი კეთდება წინა კადრში, სადაც მსხვილი ხედით ეკრანზე მხოლოდ ჯულიეტას თვალები ჩანს). ეპიზოდის ნახვის მეორე დღეს კი ექსპერიმენტში მონაწილე მეორე ჯგუფის წევრებმა, პირველი ჯგუფის მსგავსად, პრიორიტეტებად დააღაგეს ჩვენ მიერ დასმული კითხვის პასუხები. შედეგად - მეორე ჯგუფის აბსოლუტურმა უმრავლესობამ მიიჩნია, რომ ჩამონათვალიდან პირველი (რა შემთხვევაში დაინტერესდებიან უცნობი მამაკაცით) არის მზერა, მეორე კი - სახის გარკვეული დეტალები. I და II ჯგუფის პასუხებს შორის სხვაობა რადიკალურია, ასევე აშკარაა მხატვრული ფილმის ეპიზოდის კადრირებისა და აუდიტორიის განწყობის სრული თანხვედრა, რაც გვაძლევს საფუძველს ვივარაუდოთ, რომ - ისე როგორც საინფორმაციო პროგრამის ბადეს, მხატვრული ფილმის ცალკეული საკვანძო, უსიტყვო ეპიზოდების კადრირებას ადუდიტორიისთვის პრიორიტეტების დადგენა შეუძლია.

როგორც ემპირიული (ლაბორატორიული ცდა), ისე თეორიული კვლევების ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა, რომ სამაუწყებლო მედიის ახალი ამბების ბადეში პრიორიტეტული ამბების განსაზღვრის პრინციპი, ხშირ შემთხვევაში,

იმავე ფორმულას იყენებს, რასაც შემოქმედებითი პროდუქციის (კინოფილმის) ავტორი მხატვრული ნაწარმოების ცალკეული ეპიზოდების დამუშავებისას, როდესაც, ფილმის შემთხვევაში, რეჟისორი, საინფორმაციო გამოშვების შემთხვევაში კი - პროდიუსერი (რედაქტორი, წამყვანი ან ჟურნალისტი) აუდიტორიას განუსაზღვრავს ძირითად აქცენტებს, პრიორიტეტებს.

“ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები” – მასობრივი შიშის დანერგვა. შიშის პოლიტიკა პროპაგანდისტთა ერთ-ერთი ყველაზე ძველი და აპრობირებული ხერხია. ასწლეულების განმავლობაში შიში მოსახლეობის მართვის სტრატეგიის ნაწილი იყო. *“შიში საზოგადოების კონტროლის ნაწილია. შიშის მიმართვა საზოგადოებისკენ ამ საზოგადოების მართვის, კონტროლის ტოლფასია. ყველა ასაკს ახლავს თავის შიში, ყველა მმართველს ჰყავს მტერი, ყოველი უზენაესი (მონარქი, მმართველი) ადანაშაულებს და ყოველი მოქალაქე იგებს ამას პროპაგანდის სახით”*²⁷ - წერს ამერიკელი მეცნიერი დ. ალტეიდი, რომელმაც შრომების დიდი ნაწილი საინფორმაციო ტექნოლოგიებისა და მედიის მიერ საზოგადოებრივი კონტროლის მექანიზმების როლის კვლევას მიუძღვნა. საფრთხის გაზვიადება ან მისი ხელოვნურად შექმნა მმართველ გუნდს საშუალებას აძლევს, გაამართლოს მისი, ხშირ შემთხვევაში, უკანონო, ამორალური ქმედება. დემოკრატიულ საზოგადოებაში ასეთი კამპანიის წამოწყების მიზანი საზოგადოებრივ-სოციალური ინსტიტუციებისა და მათი ღირებულებების რღვევაა, რა დროსაც დემოკრატიული საზოგადოება თანახმაა შეიზღუდოს სამოქალაქო თავისუფლებები. ნაშრომში “ტერორიზმი და შიშის პოლიტიკა” (2006) პოფესორი დ. ალტეიდი დემოკრატიული საზოგადოების მართვის ასეთ სტრატეგიას განიხილავს. *“შიშის პოლიტიკას შედეგი მოაქვს მაშინ, როდესაც სამოქალაქო, სოციალური კონტროლი ირღვევა, სუსტდება გარკვეული გარემოებების გამო, როგორცაა მაგალითად ტერორისტული შეტევა. თუმცა შიშის პოლიტიკას ასევე ეფექტურად შეუძლია გამოიყენოს სხვა გარემოებაც. “ცივი ომის” პერიოდში ამერიკის შეერთებული შტატები აქტიურად*

²⁷ Altheide L. David - “Creating Fear: News and the Construction of Crisis” p.17. Publication Date: February 1, 2002. ISBN-10: 0202306607 | ISBN-13: 978-0202306605

იყო ჩართული მრავალ არასამართლებრივ, ტერორისტულ საქმიანობაში. მიუხედავად ამისა, მოსახლეობის უმრავლესობა ქვეყნის არაკანონიერ ქმედებას არ აპროტესტებდა, რადგან იმ პერიოდში შიშის პოლიტიკა მკვინვარებდა. ბავშვობაში, სკოლაში მასწავლებიდნენ, რომ საკუთარ თავდასხმის საყვირის გაგონებისას უნდა შევმძვრალიყავი ჩემი მერხის ქვეშ. ამ ქმედებას, ვითომდა, უნდა დაეცავით ატომური თავდასხმისგან, რისი საშიშროებაც არსებობდა კომუნისტების მხრიდან. ამ სწავლების მთავარი პოლიტიკური დანიშნულება კი იყო ის, რომ სკოლის მოსწავლეებს, ისე როგორც მათ მშობლებს, უნდა სცოდნოდათ, რომ არსებობს მთავარი მტერი და ჩვენ უნდა დავეყრდნოთ, ვენდოთ ამერიკის ხელისუფლებას, რომელიც ჩვენ დაგვიცავს.²⁸ საშიშროებათა ხელოვნურად შექმნის საუკეთესო საშუალება მასმედიას აქვს. თანამედროვე მსოფლიოში შიშის პოლიტიკის წარმოება ტელევიზიის გარეშე შეუძლებელია. თუ სტრატეგია გრძელვადიანია და წლებზეა გათვლილი, როგორც ეს ე.წ. ცივი ომის პერიოდში ხდებოდა, მაშინ “დატვირთვის” დიდი წილი კინემატოგრაფიკულ მოდის. ჰოლივუდში გადაღებულ ფილმებში, სადაც გლობალური პილიტიკური ვითარება (ცივი ომის პერიოდი) თუნდაც მცირე ეპიზოდშია განხილული, თითქმის ყველგან მინიშნებით მაინც არის გადმოცემული საფრთხე, რომელიც დასავლურ სამყაროს ემუქრება საბჭოეთის მხრიდან. “ცივი ომის პერიოდში - მსოფლიო საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებისთვის ბრძოლაში, ძალზე ცოტა იყო კინოზე ძლიერი იარაღი. 1917 წლის ბოლშევიკური რევოლუციიდან მოყოლებული - ვიდრე ბერლინის კედლის დანგრევამდე (1989) მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ყოველკვირა მილიონობით ადამიანი დადიოდა როგორც კალკუტას, ისე კონდიციონერებული და მაქსიმალურად კომფორტული კალიფორნიის კინოთეატრებში. იმას, რასაც საზოგადოება უყურებდა და ისმენდა დიდი ეკრანიდან, შესაძლოა ჰქონოდა ღრმა გავლენა მათ წარმოდგენაზე ცივი ომის შესახებ. ადამიანთა აღქმა ყალიბდებოდა 1950-იანი წლების ბრიტანული წარმოების კომედიებით ჯაშუშების შესახებ, ასევე 1960-იანი წლების დასავლეთ გერმანული პროდუქციით კოსმოსური თავგადასავლების შესახებ, 1970-იანი წლების ამერიკული წარმოების

²⁸ David L. Altheide - “Terrorism and the Politics of Fear”. Chapter 2, p.16 / Publisher: AltaMira Press 2006y. ISBN-10: 0759109192 / ISBN-13: 978-0759109193

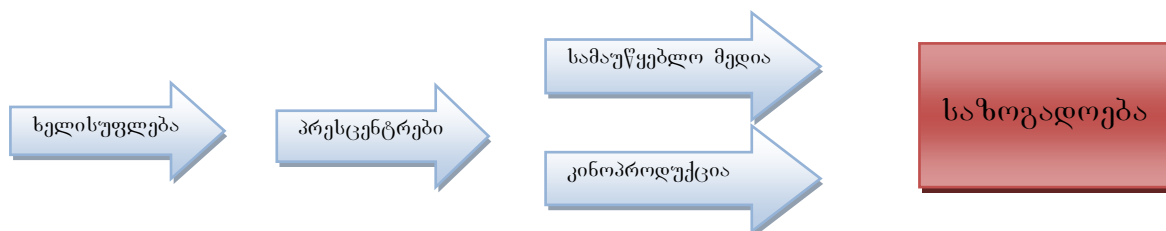
“პარანოიული” ტრილერებით თუ 1980-იანი წლების ალგორითული მულტიპლიკაციური ფილმებით გამპირების შესახებ²⁹, წერს მკვლევარი ტ. შოუ ნაშრომში “ჰოლივუდის ცივი ომი”, რომელშიც ავტორი ოფიციალური სახელმწიფო დოკუმენტაციის, რეჟისორთა პირადი დოკუმენტაციის, სტუდიათა დედნების დეტალური ანალიზის შედეგად მიდის დასკვნამდე, რომ ცივი ომის პერიოდში ჰოლივუდი ყველაზე აქტიურად იყო ჩართული პროპაგანდისტულ ქსელში. მეცნიერის აზრით, ამ ბრძოლაში ჰოლივუდური კინემატოგრაფის ყველა პოპულარული ჟანრი იყო ჩართული. “ფილმები პროპაგანდისტული გზავნილებისა და მეთოდების სრულ სპექტრს მოიცავდა. თუ, ერთ შემთხვევაში, გარკვეული ფილმები წვეთ-წვეთად, მეთოდურად, უხეში ხერხებით ნერგავდა მტრის სიძულვილს ამერიკელ ხალხში, სხვა შემთხვევაში, სხვა ფილმები მეტად მოზომილად, არწმუნებდა მესამე სამყაროს მაყურებელს იმ სათნოებასა და სიკეთეში, რაც დასავლურ დემოკრატიას აქვს. ე.წ. საეტაპო ფილმებში კი პირველ პლანზე წამოწეული იყო საზოგადოებრივი აზრის შესაქმნელად ყველაზე მთავარი თემატიკა – კომინისტური შემოჭრა დასავლეთში და ატომური არმაგედონის შიში; ომი კორეასა და ვიეტნამში, ასევე დასავლური და რკინის ფარდის მიღმა მყოფთა ცხოვრების სტილის შედარება და ცივი ომის დასასრულის პერსპექტივა.”³⁰ ცივი ომის პირველ ჰოლივუდურ პროდუქტად მეცნიერები ფილმს - “The Iron Curtain” – რკინის ფარდა (რეჟ. ვ. ველმანი 1948) - მიიხსენებენ. ტ. შოუ მრავალ სხვა კინოპროდუქტთან ერთად “რკინის ფარდასაც” განიხილავს, თუმცა მეცნიერი, ნაშრომში ცივი ომის საეტაპო ფილმებს შორის გამოყოფს 1959 წელს გადაღებულ სტენლი კრამერის ფილმს - “On the Beach” სანაპიროზე (მოკლე აღწერა: 1964 წელს ატომური ომი ანადგურებს მსოფლიოს ჩრდილოეთ ნახევარსფეროს. ამერიკული წყალქვეშა გემი იპოვის დროებით უსაფრთხო თავშესაფარს ავსტრალიაში... რამდენიმე თვის შემდეგ რადიაცია აღწევს ავსტრალიაშიც...) და 1968 წელს ჯონ ვეინის მიერ გადაღებულ სურათს - “The Green Berets” – “მწვანე ბერეტები” (მოკლე აღწერა:

²⁹ Shaw Tony – “Hollywood's Cold War” p.2 / Publisher Edinburgh University Press, 2007y. / ISBN-10: 0748625240 / ISBN-13: 978-0748625246

³⁰ Shaw Tony, “Hollywood's Cold War” p.5 / Publisher Edinburgh University Press, 2007y. / ISBN-10: 0748625240 / ISBN-13: 978-0748625246

ფილმი ვიეტნამის ომს ეხება, მთავარი გმირი კი ამერიკული არმიის პოლკოვნიკია, რომელიც საკუთარ თავზე იღებს სპეცდანიშნულების რაზმის ე.წ. მწვანე ბერეტების ხელმძღვანელობას).

ცივი ომი დასრულდა, შეიქმნა ახალი რეალობა და კინემატოგრაფშიც გამოჩნდა ახალი მტერი, გლობალური საფრთხე – საერთაშორისო ტერორიზმი. საშიშროების წარმოშობა კინოპროდუქციაში ბუნებრივად მოხდა. ფილმებში ის რეალობაა ასახული, რაზედაც გავლენიანი ტელემაუწყებლობის საინფორმაციო სამსახურები საუბრობენ. ტელეჟურნალისტები კი თავის მხივ ეყრდნობიან საინფორმაციო სააგენტოების ინფორმაციებს, რომელთა წყაროც სახელმწიფო სტრუქტურათა სხვადასხვა პრესსამსახურები ან კონკრეტული პოლიტიკოსები არიან. ამ ჯაჭვის მიხედვით ჩვენ შეგვიძლია საშიშროების ხელოვნურად შექმნის და მისი საზოგადოებისკენ მიმართვის მარტივი სქემა შევიმუშაოთ:



“შიშის პოლიტიკის ძალა იმაში მდგომარეობს, რომ ის ღრმად აღწევს სოციალურ ინსტიტუციებში და დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოებაზე... პოლიტიკოსები, რომლებიც მისდევენ შიშის პოლიტიკას, შეუძლიათ გააგრძელონ, დანერგონ შიში საინფორმაციო სააგენტოების წყალობით, რომელ ინფორმაციასაც შემდგომში ჟურნალისტები ეყრდნობიან და გვაუწყებენ მხოფლიო საფრთხეების შესახებ, გვიყვებიან, რომ ჩვენს სიცოცხლეს არაერთი საფრთხე ემუქრება და რომ ჩვენ მზად უნდა ვიყოთ იმისთვის, რათა მსხვერპლად შევწიროთ სამოქალაქო თავისუფლებები და სხვა ღირებულებები ჩვენივე უსაფრთხოების სანაცვლოდ”.³¹ ამერიკელი მკვლევრის აზრით, 2003 წელს ერაყში ძალის გამოყენებით მშვიდობის დამყარება პრეზიდენტ ჯორჯ ბუშის “საინფორმაციო ომის” შედეგი იყო. ადმინისტრაციამ მასმედიის

³¹ Altheide L. David, “Terrorism and the Politics of Fear”. Chapter 9, p.185/ Publisher: AltaMira Press 2006y. ISBN-10: 0759109192 / ISBN-13: 978-0759109193

საშუალებით დაარწმუნა ამერიკული საზოგადოება, რომ სადამ ჰუსეინის არსებობა ამერიკელ ხალხს დიდ საფრთხეს უქმნიდა. ანტიტერორისტული კამპანიების და ე.წ. გლობალური ტერორიზმის საფრთხეების განხილვისას უნდა გავითვალისწინოთ, რომ არსებობს ერთგვარი ზღვარი – მედიაკამპანიის წარმოება 2001 წლის 11 სექტემბრამდე და მას შემდგომ. ამერიკის შეერთებულ შტატებში განხორციელებულ ტერაქტებს მოსახლეობაში ბუნებრივი რეაქცია – შიში მოჰყვა. ფსიქოლოგთა განმარტებით კი შიში აგრესიას ბადებს, ხოლო ლოგიკური ჯაჭვის მიხედვით, დემოკრატიულ საზოგადოებას შესაძლოა აგრესია გასჩენოდა საკუთარი მთავრობის მიმართ, რომელმაც ვერ შეძლო დაეცვა მოქალაქეები. ჩვენ შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ სწორედ ამ “არასასურველი” რეაქციის ასაცილებლად შეერთებული შტატების ადმინისტრაციამ აგრესიის გადამისამართების ხერხს მიმართა, რაც ერთგვარად შიშის სტრატეგიის ნაწილია. აგრესიას და მისი მართვის შესაძლებლობებს დეტალურად XX საუკუნის ცნობილი ავსტრიელი მეცნიერი, ნობელის პრემიის ლაურეატი კონრად ლორენცი (1903-1989) განიხილავს ნაშრომში “აგრესია”. *“ყველაზე იოლი და ყველაზე სანდო ხერხი აგრესიის გასანეიტრალებლად არის მისთვის სხვა ორიენტირის მიცემა. აგრესია კმაყოფილდება ერზარცობიექტებით (Ersatz – სუროგატი; რაიმეს შემცვლელი) უფრო იოლად, ვიდრე სხვა ინსტიქტების უმრავლესობა - და პოულობს მასში სრულ დაკმაყოფილებას.”*³² ამავე ნაშრომში მეცნიერი ეხება ე.წ. მტრის ხატის შექმნის საკითხს და ასკვნის, რომ საფრთხეების წარმოშობა მმართველებს მოსახლეობაში ერთობის განცდის ჩამოყალიბებაში ეხმარება. 2011 წლის ტერაქტების შემდეგ ამერიკის შეერთებული შტატების ხელისუფლებამ მასმედიის დახმარებით საშიშროება და მისგან გამოწვეული აგრესია სწორედ ამ ორი მიმართულებით განავითარა. ამერიკაში გაჩნდა პოპულარული დევიზი “Patriotism versus terrorism” – პატრიოტიზმი ტერორიზმის წინააღმდეგ, რამაც საზოგადოებაში ერთობის განცდა გააღრმავა, პარალელურად კი გამოიხატა მტერი საერთო სახელწოდებით – გლობალური ტერორიზმი, რაც არა მხოლოდ კონკრეტულ ტერორისტულ შეტევაში ეჭვმიტანილებს (ამ შემთხვევაში ორგანიზაცია ალ-

³² Lorenz Z. Konrad, “On Aggression” Chapter 14 – “Avowal Optimism” p.284, 1966y.

ქაედას), არამედ ზოგადად ყველა იმ უცხო ქვეყნის ხელისუფლებებსაც მოიცავდა, რომელიც აშშ-ის ადმინისტრაციისთვის საფრთხეს წარმოადგენდა. *“ამერიკულ მასმედიის საშუალებებს - და განსაკუთრებით, კი სხვადასხვა ქსელურ საინფორმაციო საშუალებებს (საინფორმაციო სააგენტოები) - არ სურდათ წარმოედგინათ მნიშვნელოვანი კონტექსტი და პრეინფორმაცია (background information) ახლო აღმოსავლეთისა და განსაკუთრებით ერაყის შესახებ, რადგან ეს არ მიესადაგებოდა სხვა თემებს, რაც იმ პერიოდში ახალი ამბების გამოშვებებში შექცდებოდა. დომინანტი ისტორია, რაზედაც მედია ამახვილებდა ძირითად ყურადღებას, იყო 11 სექტემბრის თავდასხმა და - აქედან გამომდინარე, “ბრძოლა ტერორიზმთან”. ეს ისტორიები ასევე მოიცავდა ამერიკული შურისძიების პროგრამას: ნადირობას აღქაიდას ლიდერებზე და ასევე თავდასხმას იმ ქვეყნებზე, რომლებიც მხარს უჭერდნენ ან თავშესაფარს აძლევდნენ ტერორისტებს. პროგრამის აღსრულება კი გულისხმობდა ავღანეთში შეჭრას და ამერიკული სამხედრო ძალის გაფართოებას მთელ მსოფლიოში. კორექტივები განხორციელდა ასევე აშშ-ის სამხედრო ბიუჯეტში”³³. ამ და მრავალი სხვა ისტორიული მაგალითების გათვალისწინებით, მეცნიერთა დიდი ნაწილი მიიჩნევს, რომ გარე საფრთხეების გაზვიადების მეშვეობით, რაც დღეს მედიაკამპანიის საშუალებით მიიღწევა, შესაძლებელია ამა თუ იმ პოლიტიკური გუნდის ინტერესის გატარება. “შიშის პოლიტიკა მართვადი პროექტია, რომლის მიზანია, შეზღუდოს საზოგადოების აზრთა სხვაობა,”³⁴ წერს სოციოლოგი ფ. ფურედი, თუმცა პროცესის მართვის შესახებ არსებობს განსხვავებული აზრიც. ცნობილი პოლიტოლოგი, სოციოლოგი, წლების განმავლობაში აშშ-ის იდეოლოგიის განმსაზღვრელი ზიგნეკ ბრზეჟინსკი ეთანხმება მოსაზრებას, რომ შიში ბინდავს გონებას, აძლიერებს ემოციებს და ერთგვარად ეხმარება დემაგოგებს, რომ მოახდინონ საზოგადოებრივი მობილიზაცია და მოსახლეობამ მხარი დაუჭიროს ამა თუ იმ პოლიტიკურ ნაბიჯს. 2007 წელს “ვაშინგტონ პოსტში” გამოქვეყნებულ სტატიაში პოლიტოლოგი წერს: “2004 წელს პრეზიდენტ ბუშის არჩევნებში გამარჯვება მეტწილად იყო განპირობებული იმით, რომ*

³³ Altheide L. David - “Terrorism and the Politics of Fear”. Chapter 8, p.166/ Publisher: AltaMira Press 2006y. ISBN-10: 0759109192 / ISBN-13: 978-0759109193

³⁴ Furedi Frank, “The Politics of Fear” p.124 / Continuum International Publishing Group (2005). ISBN-10: 0826487289 / ISBN-13: 978-0826487285

საომარ მდგომარეობაში მყოფმა ნაციამ გადაწყვიტა, შუა გზაში არ შეეცვალა წინამძღოლი³⁵. იქვე ზ. ბრზეჟინსკი აღნიშნავს, რომ შიშის ეპიდემია იკვებება მედიისა და გასართობი ინდუსტრიის მიერ, რასაც დიდი როლი უკავია მასობრივი ისტერიის ატმოსფეროს ჩამოყალიბებაში. *“გაჩნდა მრავალი მხატვრული ფილმი და ტელეჟურნალი, რომელთა მიხედვითაც ადვილად მისახვედრია, რომ ბოროტმოქმედი რაბია და თუ ეს არ არის საკმარისი მის ამოსაცნობად, ბოროტმოქმედის იმიჯი გამყარებულია რელიგიური ქესტებით რაც ისლამოფობიისკენ უბიძგებს მაყურებელს”*³⁶. პოლიტოლოგის აზრით, პროპაგანდის წყალობით ამერიკა გახდა მეტად მყიფე და მიდრეკილი პარანოიისკენ. აქედან გამომდინარე, დ. ალტეიდის, ფ. ფურედისა და სხვა მრავალი მეცნიერისგან განსხვავებით, ზ. ბრზეჟინსკი მიიჩნევს, რომ შიში შესაძლოა უმართავი გახდეს. *“შიშის კულტურა ჰგავს ზღაპრულ ჯინსს, რომელიც გამოუშვეს თავისი ბოთლიდან. ის იძენს საკუთარ სიცოცხლეს და შესაძლოა გადაიქცეს მადემორალიზებელ ძაღად. ახლა ჩვენ ვართ გაყოფილი: მერყევი და ძაღზე მგრძნობიარენი”*³⁷.

³⁵ Zbigniew Brzezinski – “Washington Post” 26 March, 2007.

³⁶ Zbigniew Brzezinski – “Washington Post” 26 March, 2007.

³⁷ Zbigniew Brzezinski – “Washington Post” 26 March, 2007.

II თავი

ქართული ტელევიზია და კინო - როგორც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების სუბიექტები. საქართველოს დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვარდების რევოლუციამდე

საქართველოში დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ, კონკრეტული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მოვლენების განვითარებისას, მასმედიის როლის გაანალიზებამდე - აუცილებელია გავითვალისწინოთ ის ე.წ. სასტარტო პოზიცია – რეალობა, რომელშიც აღმოჩნდა კომუნისტური მარშუხებიდან ახლად დახსნილი საზოგადოება. მოსახლეობის უდიდესი სურვილის მიუხედავად, სოციალიზმიდან კაპიტალისტურ წყობაზე გადასვლა რთული პროცესი იყო. საზოგადოება არა მხოლოდ ახალ სოციალურ რეალობას, არამედ ახალი ტიპის აზროვნებას უნდა შეჰყუებოდა. საბჭოური პროპაგანდა ცდილობდა, თაობები აღეზარდა იმ მხატვრული პროდუქციით, რომელშიც კონფლიქტი კარგსა და უკეთესს შორის ვითარდებოდა, რომელშიც მისაბაძი ორდენოსანი კოლმეურნე იყო, რომელშიც პრაქტიკულად არ არსებობდა ეროტიკა. ამასთან, საბჭოელებს მხოლოდ იმ უცხოურ კინოპროდუქციაზე მიუწვდებოდათ ხელი, რომელიც მკაცრად მოწმდებოდა იმისთვის, რომ მოქალაქეები არ “გარყვნილიყვნენ” და არ მოსწონებოდათ კაპიტალისტური სამყარო. უმრავლეს შემთხვევაში, უცხოური ფილმები, რომელებიც საბჭოთა ტელევიზიით გადიოდა, არ იყო ნაჩვენები სრული სახით. იდეოლოგები ფილმებიდან “საეჭვო” სცენებს ჭრიდნენ. იმის გარდა, რომ ტელევიზიით არასოდეს ისმოდა ალტერნატიული პოლიტიკური აზრი, იყო უამრავი შეზღუდვა და მითითება, რაც ტელეჟურნალისტებსა და რედაქტორებს უნდა შეესრულებინათ. სამაუწყებლო მედიის საინფორმაციო სამსახურის ძირითადი დანიშნულება მუშათა კლასის წარმატების წარმოჩენა იყო, უარყოფითი ინფორმაცია კი მედიაში არ ხვდებოდა. სიმართლე იმალებადა მაშინაც, როდესაც საფრთხე ათასობით ადამიანის სიცოცხლეს ემუქრებოდა. ამის ნათელი მაგალითი 1986 წელს ჩერნობილის ატომური სადგურის რეაქტორზე მომხდარი ავარიაა, რომლის შესახებაც მედია არ საუბრობდა. ტელევიზია არასდროს აჩვენებდა ძალადობის სცენებს, არ არსებობდა

გასართობი შოუპროგრამები, სადაც გულახდილი საუბარი მიმდინარეობდა, იშვიათი გამონაკლისის გარდა; ტელევიზიით არ გადიოდა ტელესერიალები, რადგან მათი უმრავლესობა იდეოლოგთა აზრით, უხამსი, საბჭოთა მოქალაქისთვის მიუღებელი ცხოვრების სტილის პროპაგანდა იყო. ტელევიზიით არ გადიოდა სარეკლამო რგოლები და ა.შ. საბჭოთა იმპერიის ღრვევამ კი, პირველ ყოვლისა, ტელემაუწყებლობის სტილი შეცვალა. ტელეეთერი ყველა მიმართულებით გათავისუფლდა. ე.წ. გარდამავალ პერიოდში არ ჩატარებულა სამეცნიერო კვლევა იმის შესახებ, თუ რა გავლენა იქონია მედიის გათავისუფლებამ საზოგადოებაზე, თუმცა სხვადასხვა სამეცნიერო ნაშრომზე დაყრდნობით, ჩვენ შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ, რა ტრანსფორმაცია განიცადა კინოსა და ტელევიზიის დახმარებით ახლად გათავისუფლებულმა საზოგადოებამ. საბჭოთა პერიოდისგან განსხვავებით, მაყურებელი ახალი ამბების გამოშვებით დაინტერესა. თავად საინფორმაციო სამსახური, რომელიც უკვე აქტუალურ და რეალურ ამბებს აშუქებდა, გავლენას ახდენდა შიდა პოლიტიკურ პროცესებზე. ეროვნულ მოძრაობაში შემავალ პოლიტიკურ სუბიექტებს შორის ურთიერთობა მოსახლეობის ერთ-ერთ უმთავრეს ინტერესს წარმოადგენდა. შესაბამისად, ჩამოყალიბდა საინფორმაციო გამოშვებაზე დამოკიდებული საზოგადოება. იმავდროულად, სამაუწყებლო მედიამ წარმოაჩინა მრავალფეროვანი პოლიტიკური სპექტრი. ტელევიზიის კარი ყველა პოლიტიკური გაერთიანებისთვის გაიღო, შესაბამისად, თითოეული სუბიექტი ცდილობდა საკუთარი მედიაკამპანიის წამოწყებას, რაც მაყურებლისთვის უჩვეულო სურათი იყო. თავისუფალ მედიას შეუჩვენებელი საზოგადოება ერთგვარად დაბნეული და დეზორიენტირებული იყო. აქტიური პოლიტიკური ცხოვრების გარდა - სამაუწყებლო მედიის კარი გაიღო უცხოური მხატვრული ფილმებისთვის, ტელესერიალებისთვის, მუსიკალური ვიდეოკლიპებისთვის და ა.შ. მაშინ, როდესაც დასავლური ცივილიზებული სამყარო მედიაში ძალადობას განიხილავდა, როგორც მეოცე საუკუნის ერთ-ერთ ყველაზე ფართომასშტაბიან სოციალურ პრობლემას და მსჯელობდა სხვადასხვა ტიპის აკრძალვების დანერგვის შესახებ, ქართულ საზოგადოებას უკვე დამოუკიდებელი

ტელეეთერიდან მანამდე აკრძალული ყველა ტიპის მხატვრული ფილმი და სხვა ვიდეოპროდუქცია ერთბაშად შესთავაზეს.

მრავალი სამეცნიერო კვლევა ადასტურებს, რომ ძალადობისა და სისასტიკის შემცველი მხატვრული ფილმები და ტელეგადაცემები საზოგადოებაში ძალადობას ამჟღავნებს და ზრდის კრიმინალურ ფონს. ამ სფეროში ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი კვლევა ეკუთვნის ამერიკელ მეცნიერს, ბრენდონ სენტერვოლს (Brandon S. Centerwall). მან შეისწავლა 30-წლიან პერიოდში (1945-1975) აშშ-ში, კანადასა და სამხრეთ აფრიკაში თეთრკანიანთა მიერ ჩადენილი სასტიკი დანაშაულებების სტატისტიკა. დეტალური კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, რომ აშშ-სა და კანადაში მკვლელობათა რაოდენობამ შესამჩნევად იმატა მას შემდეგ, რაც ტელევიზორი ხელმისაწვდომი გახდა ყველა ოჯახისთვის. რაც შეეხება სამხრეთ აფრიკას, იქ ამ პერიოდის განმავლობაში კრიმინალის შესამჩნევი ზრდა არ მომხდარა, რადგან ტელევიზორი ხელმისაწვდომი ყველა ოჯახისთვის არ იყო. კვლევა სენტერვოლმა 1989 წელს გამოაქვეყნა (Centerwall, B. S. (1989). *Exposure to television as a risk factor for violence*. American Journal of Epidemiology). მკვლევარს მოჰყავს არაერთი მტკიცებულება იმისა, თუ როგორ ზრდის კრიმინალურ ფონს ტელეეკრანით ნაჩვენები მხატვრული ფილმები თუ ტელეგადაცემები, რომლებიც შეიცავენ სისასტიკისა და ძალადობის ამსახველ სცენებს. მოქალაქეებზე ტელეზემოქმედების ნეგატიური გავლენის საკითხით ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო ადმინისტრაციაც დაინტერესდა. კალიფორნიის უნივერსიტეტის მეცნიერებმა კვლევის შედეგების მიხედვით დაასკვნეს, რომ სხვადასხვა ტელეგადაცემა და ტელევიზიით ნაჩვენები მხატვრული ფილმი მაღალი რისკის ფაქტორია ამერიკული საზოგადოებისთვის. სოციოლოგებმა გამოამუშავნეს 5 მთავარი კომპონენტი, რაც ხელს უწყობს მასმედიის ნეგატიური გავლენის ზრდას:

1. ბოროტმოქმედი წარმოდგენილია მიმზიდველ როლში.
2. ძალადობა, სიუჟეტის მიხედვით, ერთგვარად გამართლებულია.
3. ძალადობას არ მოსდევს პასუხისგება (კრიმინალური საქმიანობა არ იწვევს სინანულს, არ არის გაკიცხული, არ არის დასჯილი).

4. ზიანი, რაც მიაყენეს ძალადობის მსხვერპლს, არის მინიმალური.

5. ძალადობის სცენა მაყურებლის მიერ რეალისტურად აღიქმება³⁸.

1998 წელს გამოქვეყნებული კვლევის (კვლევას აშშ-ის 4 უნივერსიტეტის მკვლევრები ატარებდნენ (1994-1997), რაც აშშ-ის პრეზიდენტისთვის - ბილ კლინტონისთვის მომზადდა) ანგარიშში მეცნიერები ასკვნიან, რომ ნეგატიური გავლენის ქვეშ ძალზედ იოლად ექცევიან მოზარდები, მით უფრო მაშინ, როდესაც ხუთივე კომპონენტია წარმოდგენილი, თუმცა ტელეძალადობის უარყოფითი გავლენა შეიმჩნევა ზრდასრულ მაყურებელშიც.

ადამიანთა ქცევაზე გავლენას ახდენს მედიამასალები (ფილმები, გადაცემები, მუსიკალური კლიპები და ა.შ.), სადაც ნაჩვენებია სექსუალური სცენები. საკითხზე მომუშავე მკვლევართა უმრავლესობა მიდის დასკვნამდე, რომ სექსუალურ დანაშაულსა და მაყურებლისთვის შეუზღუდავად მიწოდებულ, შეუნიღბავ სექსუალურ სცენებს შორის მჭიდრო კავშირი არსებობს. ცნობილმა მეცნიერმა დ. ზილმანმა ნაშრომში “კავშირი სექსუალურობასა და აგრესიას შორის” (Connections between sexuality and aggression) საკუთარ კვლევებთან ერთად თავი მოუყარა სხვადასხვა პერიოდში სხვადასხვა მეცნიერის მიერ ჩატარებულ ექსპერიმენტებს, რაც ცხადყოფს სექსუალური დანაშაულისა და სექსუალური სიუჟეტების მქონე მედიამასალების კავშირს. მეტიც, ასეთი ტიპის – ღია სექსუალური შინაარსის მქონე - ვიდეომასალებმა, შესაძლოა, ადამიანთა ნაწილს არა მხოლოდ სექსუალური დანაშაულის, არამედ, ზოგადად, აგრესიულობისკენ უბიძგოს. “ზოგიერთი ექსპერიმენტი გვიჩვენებს, რომ ექსპერიმენტში მონაწილეები რომლებსაც წინასწარ აღიზიანებდნენ უქმნიდნენ სხვადასხვა ფაქტორიდან გამომდინარე გამაღიზიანებელ ფონს, და შემდეგ აჩვენებდნენ ღია სექსუალური ელემენტების შემცველ მედიამასალებს, გაცილებით აგრესიულები ხდებოდნენ და მზად იყვნენ შურისძიებისთვის უფრო მეტად, ვიდრე მანამდე, სანამ ისინი ნახავდნენ ამ ვიდეომასალას”³⁹. დ. ზილმანი, სხვა მეცნიერთა მსგავსად, ლაბორატორიულ კვლევებზე დაყრდნობით, მიიჩნევს,

³⁸ National television violence study, Vol. 3, Executive summary 1998 (Santa Barbara: Regents of University of California).

³⁹ Zillmann Dolf, Connections between sexuality and aggression p.212 (Second Edition Routledge, Jun 12, 1998)

რომ დროთა განმავლობაში პორნოგრაფიული ხასიათის მასალის ყურება (ასეთი მასალა ყოველდღიურად მიეწოდება მაყურებელს ტელეეკრანიდან სხვადასხვა ფილმების, სარეკლამო რგოლების, მუსიკალური კლიპების, გასართობი შოუპროგრამების სახით) საბოლოო ჯამში (ხშირ შემთხვევაში) იწვევს ტრადიციული სექსუალური ურთიერთობების მიმართ ერთგვარ შეჩვევას, რის შედეგადაც მაყურებელი თავისდა უნებურად ეძებს მეტად მძაფრ გამაღიზიანებელს და უჩნდება სურვილი, უყუროს სადომაზოხისტური ელემენტების შემცველ პორნოგრაფიულ მასალას, რაც, ხშირ შემთხვევაში, შემდგომში იწვევს გადაჭარბებულ აგრესიულობასა და უბიძგებს მაყურებელს სექსუალური ძალადობისა და დანაშაულისკენ.

მედიაპროდუქტმა, რომელიც საინფორმაციო, საგანმანათლებლო თუ გასართობ ხასიათს ატარებს, შესაძლოა მაყურებელში შფოთი და შიშიც გამოიწვიოს. ინფორმაცია ავტო- და ავიაკატასტროფების, ბუნებრივი კატაკლიზმების და ა.შ. შესახებ, რიგ შემთხვევებში - მაყურებელთა შორის შფოთის გამომწვევი ხდება, თუმცა შიშის მიზეზად, ასევე შესაძლოა - მხატვრული ფილმიც იქცეს. ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ სახელმძღვანელოში *“მასმედიის ეფექტის ფუნდამენტური პრინციპები” (Fundamentals of Media Effects)*⁴⁰, სხვა მრავალ შემთხვევებზე და შემთხვევებზე მედიაპროდუქტთან ერთად, განხილულია საშინელებათა ფილმების გავლენა საზოგადოებაზე. 1975 წელს რეჟ. სტივენ სპილბერგის მიერ გადაღებული ტრილერის - “ყბების” (Jaws) ეკრანებზე გამოსვლის შემდეგ, მიუხედავად იმისა, რომ ამერიკული სანაპიროები ტრადიციულად გადატვირთული იყო დამსვენებლებით, ამერიკელთა უმრავლესობა ერიდებოდა ოკეანეში ცურვას.

ეს და მრავალი სხვა ტიპის მედიაპროდუქტი, როგორცაა სარეკლამო რგოლები, პოლიტიკური თუ აპოლიტიკური მედიაკამპანიები და ა.შ., ერთბაშად შემოიჭრა ქართული საზოგადოების ცხოვრებაში. ის, რომ ასეთი ტიპის მედიამასალები ფართო საზოგადოებამ პირველად იხილა ტელევიზიით, გვაძლევს საბაბს, ვივარაუდოთ, რომ მათ გაცილებით დიდი გავლენა ექნებოდათ

40Bryant Jennings, Thompson Susan, “Fundamentals of Media Effects”. Chapter 13: Reactions to Disturbing or Frightening Media Content Page 214. Publisher McGraw-Hill Education, 2001 ISBN0071130071, 9780071130073

ერთი პოლიტიკური წყობიდან სხვა ფორმაციაზე გადასვლით გამოწვეულ ეიფორიაში მყოფ საზოგადოებაზე, ვიდრე ამერიკელ მაყურებელზე, რომლებიც შეშფოთებული იყვნენ მედიის “მაგნე გავლენით”.

ზემოთ მოყვანილი კვლევების გაანალიზება საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ, რომ დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ საქართველოს მოსახლეობის უმრავლესობა ძალადობასა და სისასტიკეს გულგრილად აღიქვამდა, გაიზარდა კრიმინალური ფონი, ახალგაზრდობისთვის მიმზიდველი ე.წ. ქურდული სამყარო გახდა; იმატა სექსუალურმა დანაშაულმა, აგრესიამ; საზოგადოებაში გაჩნდა შფოთი და შიში.

მენტალური რევოლუციის მცდელობა

1998 წლის 9 აპრილის მოვლენების შემდგომ საქართველოში კომუნისტურმა ხელისუფლებამ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაზე, პრაქტიკულად, კონტროლი დაკარგა. ცენტრალური კომიტეტი ერთგვარად შეეგუა რადიკალების მიერ პერმანენტულად ორგანიზებულ მიტინგებს, მანიფესტაციებს სახელმწიფო შენობების პიკეტირებას და ა.შ. ეროვნული მოძრაობის გავლენა ქვეყანაში არსებულ სიტუაციაზე იმდენად ძლიერი იყო, რომ რესპუბლიკაში თავისებური ორხელისუფლებიანობის მსგავსი ვითარება შეიქმნა. რადიკალების წნეხის გამო საქართველოს კომუნისტური ხელმძღვანელობა იძულებული იყო, ერთგვარად გაეზიარებინა საერთო საზოგადოებრივი ეროვნული განწყობა და შეექმნა ილუზია იმისა, რომ თავადაც იბრძოდა საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობისთვის; იმავდროულად, საქართველოს ცენტრალური კომიტეტი მოსკოვის ცენტრალური ხელისუფლების განაწყენებას ერიდებოდა და ეროვნულ მიდრეკილებებს ლენინური “ეროვნული პოლიტიკის სქემებით” ნიღბავდა. 1990 წლის 28 ოქტომბერს საქართველოში პირველი მრავალპარტიული არჩევნები ჩატარდა. უმრავლესობა საარჩევნო ბლოკმა - “მრგვალი მაგიდა - თავისუფალი საქართველო” - მოიპოვა. 1990 წლის 14 ნოემბერს, უზენაესი საბჭოს პირველ სესიაზე - თავმჯდომარედ ეროვნული მოძრაობის ლიდერი - ზვიად გამსახურდია აირჩიეს. პირველივე სესიაზე გაუქმდა სახელწოდება -

“საქართველოს სსრ” და ქვეყანას “საქართველოს რესპუბლიკა” ეწოდა; დამტკიცდა რესპუბლიკის პიმნი, სახელმწიფო დროშა და გერბი. საქართველოში გამოცხადდა “გარდამავალი პერიოდი”, რომელიც ზ. გამსახურდიას თავდაპირველი გეგმის მიხედვით, 2-წლიან ციკლს მოიცავდა, თუმცა მოვლენები დაგეგმილზე სწრაფად განვითარდა. ე.წ. “გარდამავალი პერიოდი” 5 თვეში დასრულდა. 1991 წლის 31 მარტს ჩატარდა რეფერენდუმი. კითხვას - “ხართ თუ არა თანახმა, აღდგეს საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობა 1918 წლის 26 მაისის აქტის საფუძველზე” - 98%-მა დადებითი პასუხი გასცა. სწორედ 1991 წლის რეფერენდუმის შედეგები იყო საფუძველი იმისა, რომ 1991 წლის 9 აპრილს, საქართველოს რესპუბლიკის უზენაესმა საბჭომ საგანგებო სხდომაზე დამოუკიდებლობის აღდგენის აქტი მიიღო, რითიც საბოლოოდ გაემიჯნა კომუნისტური ხელისუფლების მიერ 1990 წლის თებერვალში შემუშავებულ “საქართველოს სსრ ეროვნული განვითარების კონცეფციას”. 1991 წლის 26 მაისს კი საპრეზიდენტო არჩევნები შედგა, სადაც ხმათა 87% ზ. გამსახურდიამ მოიპოვა.

პირველი პრეზიდენტის მიზანს საბჭოური მენტალიტეტისგან საზოგადოების გათავისუფლებას წარმოადგენდა. გამსახურდიასთვის დამოუკიდებლობის აღდგენის მხოლოდ დეკლარირება არ იყო საკმარისი. ეროვნული მოძრაობის ლიდერი მუდამ საფრთხის მოლოდინში იყო და იმ პერიოდის ინტელიგენციის უდიდეს ნაწილს “სუკის” აგენტებად აღიქვამდა. ზეიად გამსახურდიას დაპირისპირება ქართველი ინტელიგენციის ცალკეულ ავტორიტეტებთან ჯერ კიდევ დისიდენტობის წლების პერიოდში დაიწყო. სავარაუდოა, რომ სწორედ ამიტომაც, კომუნისტური ხელისუფლების დაკვეთას ზ. გამსახურდიას მწერალთა კავშირიდან გარიცხვის შესახებ 1977წელს კატეგორიულად არავინ შეწინააღმდეგებია. მკვლევრების აზრით, სწორედ ინტელიგენციასთან კონფრონტაცია იყო ზ. გამსახურდიას მნიშვნელოვანი შეცდომა. *“გამსახურდიას ხელისუფლება ნემსის ეუნწში უნდა გამძვრალიყო, რათა თანამემამულე ინტელიგენციის ზედა ფენასთან როგორმე თანამშრომლობისთვის მიეღწია. პირიქით მოხდა. მაშინ, როცა ეროვნული ხელისუფლება გადაწყვეტილად და მიუკიბავად ვასკენით, ცამდე მართალი იყო*

რადიკალურ ოპოზიციასთან, მანვე საბედისწერო შეცდომა დაუშვა, როცა ვერ შეიმუშავა თანამემამულე ინტელიგენციასთან და ზომიერ ოპოზიციასთან ურთიერთობის მეტ-ნაკლებად რაციონალური სტრატეგია. იგი, თუნდაც მინიმალური თანამშრომლობის მაგიერ, მწვავედ დაუპირისპირდა მას. ამ მცდარი სტრატეგიის, რომელიც დროთა განმავლობაში უგუნურების სახეს იღებდა, მთავარი ავტორი და იდეოლოგი ზვიად გამსახურდია აღმოჩნდა. სამწუხაროდ, მის ძლიერ, ეროვნული მუხტის მატარებელ ქარიზმას, თავდაპირველად ჯერ გურამ პეტრიაშვილისა და თემურ ქორიძის მსგავსი ერთგული ერთეულები აჰყვნენ, ხოლო შემდგომში მრავალი მხარდამჭერი გაუცნობიერებლად ჩაება ინტელიგენციის უარყოფელ კამპანიაში. ...შესაძლოა ზ. გამსახურდია გულწრფელად ფიქრობდა, რომ ინტელიგენციას ამგვარი უკომპრომისო ბრძოლით გამოაფხიზლებდა, გონზე მოიყვანდა და ეროვნულ მოძრაობაში ჩააბამდა, მაგრამ მის უკომპრომისობას მუდამ უკუშედეგი მოჰქონდა – ინტელიგენცია, უფრო სწორად, მისი ზედაფენა, გნებავთ, პრივილეგირებული კასტა, სულ უფრო მწვავედ უპირისპირდებოდა გამსახურდიასაც, მის მხარდამჭერებსაც. თუ გავიხსენებთ ინტელიგენციისადმი განკუთვნილ მიმართვებს, შეფასებებს, ზედწოდებებს, თითქოს აღარ უნდა იყოს გასაკვირი ელიტართა მწვავე ანტიპათია გამსახურდიასა და მის თანამებრძოლთა მიმართ: პროვოკატორი, მტრის წისკილზე წყლის დამსხმელი, აგენტურა, კრემლის აგენტი, მეოცე საუკუნის შაჰ-აბასების, ჯალალედინების და თემურ-ლენგების მხარში ამომდგომი, კოლაბორაციონისტი, ანტიეროვნული, ერის მოღალატე, ღვთის მოღალატე...⁴¹.

1990-ის 28 ოქტომბერს, პირველ მრავალპარტიულ არჩევნებში საარჩევნო ბლოკ “მრგვალი მაგიდის” გაიმარჯვების შემდეგ, საქართველოს რესპუბლიკის მოსახლეობის აბსოლუტური უმრავლესობა ცვლილებებს ელოდა, თუმცა შედეგმა მაინც ერთგვარი დაბნეულობა გამოიწვია როგორც მოსახლეობაში, ასევე ჟურნალისტებს შორის. იმ პერიოდის სახელმწიფო ტელევიზიის საინფორმაციო პროგრამის პასუხისმგებელი რედაქტორი იხსენებს: “როდესაც 28 ოქტომბერს არჩევნები დამთავრდა და “მრგვალმა მაგიდამ” გაიმარჯვა, 29-ში

41 შევლიძე, დ., პოლიტიკური დაპირისპირებები და ეროვნული ხელისუფლების დამხობა საქართველოში (1987-1992წ.წ.). თბილისი 2008წ. გვ. 176.

დილით კამერას არ ავზავნიდნენ გამარჯვებულ პარტიასთან; ფიქრობდნენ, რა იქნება ახლა გივი გუმბერიძე. ვთქვი, ცენტრალური კომიტეტის მდივანია და იქნება, თუ მოუხდება (მაშინ კომუნისტური პარტია იყო ჯერ კიდევ დაშვებული), მაგრამ ის საქართველოს აღარ მართავს-თქო. მეორე დღეს იყო სრული ქაოსი. 15-წუთიან საინფორმაციო პროგრამას ძლივს ვაკოწიწებდით. ჟურნალისტებმა არ იცოდნენ, რა გაეკეთებინათ?⁴² ამავდროულად უმრავლესობაში იყვნენ ის ჟურნალისტები, რომლებიც თვლიდნენ, რომ ეროვნული მოძრაობის ლიდერები მათი მოვალენი იყვნენ. “ტელევიზიაში მომუშავეებს მიაჩნდათ, რომ მხოლოდ ზვიადმა და ეროვნულმა მოძრაობამ მოუტანა მათ დამოუკიდებლობა. ისინი დარწმუნებულნი იყვნენ, რომ ეს ყველამ ერთად გააკეთა, უბრალოდ, ზვიადი და კოსტავა ლიდერები იყვნენ. ისინი (ტელევიზიაში მომუშავენი) თავს თვლიდნენ არა მხოლოდ ჟარისკაცებად, ზოგს ოფიცრის თანამდებობაზეც ჰქონდა პრეტენზია,”⁴³ - ამბობს მამუკა არეშიძე, რომელიც გამსახურდიას ხელისუფლების აქტიური მოწინააღმდეგე და ჟურნალისტთა აქციების ერთ-ერთი ორგანიზატორი იყო.

მკვლევართა აბსოლუტური უმრავლესობა, ვინც საქართველოში 1991-1992წწ პერიოდს სწავლობს, აღნიშნავს, რომ გამსახურდიას ერთ-ერთი უმთავრესი შეცდომა ე.წ. შემოქმედებით ინტელიგენციასთან დაპირისპირება იყო. საქართველოს პირველი პრეზიდენტის შეურიგებელი დამოკიდებულების გამო, კომუნისტურ ელიტასთან ასოცირებულ ხელოვანებთან პროპაგანდისტული კინოპროდუქციის შექმნის მცდელობაც კი არ ყოფილა. გამსახურდიას ხელისუფლებამ ავტორიტეტების რღვევის მეთოდს მიმართა, რამაც დაპირისპირება მეტად გაამწვავა. “ეროვნულმა ხელისუფლებამ განსაკუთრებით მისთვის მიუღებელი ავტორიტეტების: რ. ჩხეიძის, ლ. ლოღობერიძის, გ. ლორთქიფანიძისა და სხვათა კომპრომეტირება გადაწყვიტა და ისევ საძრახავთა ძრახვის პრინციპით მოექცა რეჟისორებს, მაგრამ შედეგად ის მოიძვო, რომ ფაქტიურად მთელი ქართული კინემატოგრაფიული ელიტა, რომელსაც არც ადრე ეხატა გულზე ეროვნული ხელისუფლება, კიდევ უფრო საფუძვლიანად

42 ფ. ქათამაძე, ინტერვიუ, დოკ. ფილმი “მადლა დაღმავალი კიბით” 2000წ. სსმ-ის არქივი.

43 მ. არეშიძე, ინტერვიუ დოკ. ფილმი “მადლა დაღმავალი კიბით” 2000წ. სსმ-ის არქივი.

გადაიკიდა მტრად”.⁴⁴ როგორც ტელე-რადიოკომიტეტი, ისე კინოსტუდია “ქართული ფილმი” სახელმწიფოს დაქვემდებარებაში და შესაბამისად მის დოტაციაზე იმყოფებოდა. ეს ბერკეტი კი ეროვნულმა ხელისუფლებამ არა პროპაგანდისტული ფილმების შექმნისთვის, არამედ ე.წ. კინემატოგრაფიული ელიტის იმიჯის გასანადგურებლად მიმართა. ფინანსთა სამინისტრომ კინოსტუდია “ქართული ფილმის” საფინანსო-სამეურნეო რევიზია ჩაატარა. ფინანსთა მინისტრმა გურამ აბსანძემ საჯაროდ განაცხადა, რომ კინოსტუდიაში სერიოზული ხასიათის დარღვევა-დამახინჯების ფაქტები გამოავლინა. ამონარიდი აბსანძის ანგარიშიდან: რეჟისორ ახვლედიანის ფილმის - “მესამე” - გადაღებაზე გადახარჯული იყო 349 ათასი მანეთი; რეჟისორ გ. ლორთქიფანიძის ფილმის “თეთრი ბაირაღების” გადაღებაზე გადაიხარჯა 67 ათასი მანეთი; საერთოდ, 1989-90 წლებში სტუდიისთვის მიყენებულმა ზარალმა 2 მლნ. 170 ათასი მანეთი შეადგინა. აბსანძის ანგარიშში ასევე 1970-80-იან წლებში არსებული დარღვევებიცაა აღწერილი, სადაც ძირითადი აქცენტი გაკეთებულია იმაზე, რომ სტუდიაში არსებობდა პრივილეგირებული ფენა, რომელიც - მაგალითისთვის - თითქმის ყოველ წელს იღებდა ახალ-ახალ მანქანებს, მაშინ როდესაც სტუდიის სხვა თანამშრომლები წლების განმავლობაში აღრიცხვაზე იმყოფებოდნენ და რიგს ელოდნენ. საბჭოთა პერიოდისთვის ამ ტიპურ დარღვევებშიც ცნობილი რეჟისორების, სცენარისტებისა და მსახიობების სახელები ფიგურირებდა. რევიზიის მიერ გამოაშკარავებული დარღვევები აბსანძემ ძიებისთვის პროკურატურას გადაუგზავნა. შესაბამისად, ამგვარი ქმედებებით გამსახურდიას მიზნები და არჩევანი საბოლოოდ გამოიკვეთა უარი კინოს მეშვეობით პროპაგანდის წარმოებაზე - ავტორიტეტთა განადგურების სასარგებლოდ. აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ საკამათო საკითხია, რამდენად დასთანხმდებოდნენ სახელოვანი კინემატოგრაფისტები ეროვნულ ხელისუფლებასთან “თანამშრომლობას”, თუმცა ასეთი ნაბიჯი გამსახურდიას არც გადაუდგამს. ჯერ კიდევ ეროვნულ მოძრაობაში ყოფნისას ის დარწმუნებული იყო, რომ ე.წ. სახელოვნებო ელიტას კონფორმისტები

⁴⁴ დიმიტრი შველიძე “პოლიტიკური დაპირისპირებები და ეროვნული ხელისუფლების დამხობა საქართველოში” 2008წ. გვ 234.

წარმოადგენდნენ, ამიტომ, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ეს იყო პირველი პრეზიდენტის მიერ გაკეთებული გააზრებული არჩევანი.

ნაშრომის მიზანი არ არის იმის მტკიცება, ჰქონდა თუ არა გამსახურდიას ხელისუფლებას ჩამოყალიბებული კონკრეტული პროპაგანდისტული სტრატეგია. ჩვენი მიზანია გამოვიკვლიოთ ის, თუ რა ტიპის გავლენა ჰქონდა ხელისუფლების პროპაგანდისტულ ნაბიჯებს საზოგადოებაზე. ასევე გავანალიზოთ ის, თუ რამდენად მართებულად იყენებდა გამსახურდია პროპაგანდის კლასიკურ ფორმებს და მეთოდებს და რა შეცდომები იყო დაშვებული გამოუცდელ იდეოლოგთა მიერ. ეროვნული ხელისუფლების რიტორიკისა და ქმედებების გაანალიზებით ჩვენ შეგვიძლია განვსაზღვროთ, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების რომელი ტექნოლოგიების გამოყენებას ცდილობდა გამსახურდიას ხელისუფლება; პროპაგანდის რა მეთოდები იქნა გამოყენებული მიზნის მისაღწევად და რა გავლენა მოახდინა მან ქართულ საზოგადოებაზე. “პრობლემის შექმნა”, “დემონიზაცია”, “ისტორიის გადაწერა”, “ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები”, “კლასიფიკატორი”, “გამეორება” და “ინფორმაციული ბლოკადა” – ეს ის ძირითადი მეთოდებია რომელთა ამოქმედებასაც ახალი ხელისუფლება ცდილობდა. “მრგვალი მაგიდის” ლიდერის ერთ-ერთი პირველი ამოცანა პროპაგანდის მანქანაზე სრული კონტროლის დამყარება იყო. ზვიად გამსახურდია იმ დროს - ერთადერთი სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ტელემაუწყებლის ჟურნალისტებისა და თანამშრომლების “განწყობის” შესახებ - ინფორმაციას სრულად ფლობდა და მას აფასებდა როგორც “ანტისახელმწიფოებრივს”, ამიტომ, მისი გადაწყვეტილებით, ტელე-რადიოდეპარტამენტის თავმჯდომარედ მისი ერთგული, თუმცა ტელესივრცისთვის აბსოლუტურად უცნობი პიროვნება - თეიმურაზ კვანტალიანი დაინიშნა. ზ. გამსახურდიას სწორედ ამ გადაწყვეტილებით გაჩნდა პირველი ბზარი ქართველ ჟურნალისტებს შორის და მეტად გაღრმავდა ჟურნალისტთა დაპირისპირება ახალი ხელისუფლების მიმართ. თ. კვანტალიანმა თავის პირველ განცხადებაში (ოფიციალურად დანიშვნამდე) აღნიშნა, რომ ტელევიზია არის გართობის საშუალება. დეპარტამენტის თავმჯდომარემ “ინფორმაციული ბლოკადის” და “ყურადღების

გადატანის” ხერხების ამუშავება გადაწყვიტა. კვანტალიანმა დახურა საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები და ძირითადი აქცენტი გასართობ გადაცემებზე გააკეთა, გაამკაცრა კონტროლი საინფორმაციო სამსახურზე, რამაც ჟურნალისტთა ერთი ნაწილის პროტესტი გამოიწვია, სხვანი კი თვლიდნენ, რომ ამგვარი ქმედებით საქართველოს სახელმწიფოებრიობა მეტად განმტკიცდებოდა. საინფორმაციო პროგრამის დიქტორი დავით სოკოლოვი წლების შემდეგაც მიიჩნევს, რომ ცენზურა იმ პერიოდში აუცილებლად უნდა ყოფილიყო, რადგან სასწორზე სახელმწიფოს ყოვნა-არყოვნა იდო. ჟურნალისტთა უკმაყოფილება, რომლებიც ახალ რეალობასთან ერთად სიტყვის თავისუფლებას ელოდნენ, თანდათან იზრდებოდა, თუმცა ხელისუფლება საზოგადოებით მანიპულირების ბერკეტის დათმობას არ აპირებდა. გადაცემების დახურვისა და “ურჩ” თანამშრომელთა დათხოვნის შემდეგ სიტუაცია კრიტიკულ ზღვარს მიუახლოვდა. მოსალოდნელი ბუნტის თავიდან ასაცილებლად 1990 წლის 25 დეკემბერს უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარემ გადაწყვიტა, ტელე-რადიოდეპარტამენტის თანამშრომლებს შეხვედროდა.ზ. გამსახურდია ტელევიზიაში თავად მივიდა (შეხვედრა პირდაპირი ეთერის რეჟიმით არ გადაიცემოდა, თუმცა სსმ-ის არქივში არსებობს შეხვედრის ვიდეოჩანაწერის არასრული ვარიანტი). შეხვედრა ემოციურად დატვირთული, თუმცა კონსტრუქციული იყო. გამსახურდია ცდილობდა, დეპარტამენტის თანამშრომელთა უკმაყოფილება მისი პირადი ავტორიტეტის ხარჯზე გაენეიტრალებინა. “...რაც თქვენ იმ კაცში არ მოგწონთ, მე ვიღებ ჩემს თავზე. გეკითხებით: მენდობით მე - თუ არ მენდობით?.. დამიჯერეთ, დამიჯერეთ ცოტა უხეშია, ცოტა შეიძლება ზრდილობაც ღალატობს, მე ეველაფერს ამას მოვხსნი. იქნება, როგორც აბრეშუმი, რა გინდათ მეტი. არ გჯერათ? არ გჯერათ და გააგდეთ. რა გინდათ თქვენს ხელში არ არის? არ მოგეწონებათ – გააგდეთ და მორჩა. რა პრინციპია ეს? ამის გულისთვის ახლა ჩვენ უნდა წავიხსნებოთ? ამის გულისთვის? კვანტალიანი არ იქნება თქვენი უშუალო უფროსი, არ იქნება! თქვენ გექნებათ უაშუალოდ წულებისკირთან საქმე. ვინმეს შეურაცხყოფა მიაყენა? ასჯერ ზღო უკვებ, კიდევ ბევრს ზღავს. ვინმეს რაიმეს უხეშად ეტყვის, 10-ჯერ მეტს მიიღებს. რა გინდათ მეტი? დამიჯერეთ, ის ნანობს, მიხვდა

შეცდომებს. მე მას საკმაოდ კარგად ვესაუბრე და მგონია, ყველაფერი კარგად იქნება...⁴⁵ უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარეს “სიტყვის თავისუფლების” შესახებ არ უსაუბრია. შეხვედრა დეპარტამენტის თავმჯდომარისა და ტელემაუწყებლობის თანამშრომელთა პირადი ურთიერთობის გარკვევას დაეთმო, კვანტალიანის დასაცავად გამსახურდიას მხოლოდ ერთი არგუმენტი ჰქონდა – უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარემ განაცხადა, რომ კვანტალიანი არის ძლიერი კაცი, რომელიც სახელმწიფო ტელევიზიაში არ შემოუშვებს იმ ძალებს, რომლებიც პირადად გამსახურდიას და ასევე - ქვეყნის მტრები არიან. ტელევიზიის მუშაკებთან საუბრის სტრატეგია “ცრუ ანალოგიებზე” იყო აგებული. არა მხოლოდ ამ კონკრეტულ შეხვედრას, არამედ გამსახურდიას თითქმის ყველა საჯარო გამოსვლას ერთგვარ მოტივად მიჰყვებოდა ის, რომ მისი გზა არის ჭეშმარიტი (ისე, როგორც იესო ქრისტესი), ხოლო დანარჩენი ყველა ვარიანტი არის ცრუ (ე.წ. ბარაბას გზა). ასეთი ტიპის ლოგიკურ ჯაჭვს (სხვადასხვა ვარიაციებით) არგებდა გამსახურდია თითქმის ყველა სიტუაციას და სწორედ ასეთივე ხისტი, ერთგვარად სწორხაზოვანი, პროპაგანდის გატარება სურდა მას სახელმწიფო ტელევიზიის საშუალებით. გამსახურდია ასევე ცდილობდა, მედიის საშუალებით ე.წ. “კლასიფიკატორის” ეფექტი აქტიურად აემუშავებინა, რათა ის ადამიანები, რომლებსაც თვითონ მტრად მიიჩნევდა, მოსახლეობის გონებაში ავტომატურად აღქმულიყვნენ ქვეყნის მოღალატეებად. ამ მეთოდების ამუშავებას კი ერთგული და, რაც მთავარია, პროფესიონალებით დაკომპლექტებული მედიასაშუალება სჭირდება. საქართველოს ახალი ხელისუფლების ლიდერის უპირატესობა მდგომარეობდა იმაში, რომ იმ პერიოდში მხოლოდ ერთი ტელემაუწყებლობა არსებობდა, შესაბამისად, სახელმწიფო ტელევიზიის კონტროლი პრობლემას არ წარმოადგენდა. გამსახურდიას ასევე ჰყავდა ერთგული ადამიანებიც, თ. კვანტალიანის მსგავსად, თუმცა ყველაზე დიდი პრობლემა პროფესიონალიზმი და ერთმანეთს დაპირისპირებული ჟურნალისტები იყვნენ. ტელე-რადიოდეპარტამენტში შეხვედრის შემდეგ, სადაც ტელევიზიისა და რადიოს თანამშრომლებმა უხვად მიიღეს დაპირებები, მდელვარება ჩაცხრა, თუმცა გამსახურდიამ ყველაზე უკეთ

⁴⁵სსმ-ის არქივი 1991წ.

იცოდა, რომ სიმშვიდე დროებითი იყო. უზენაესი საბჭოს თ-რემ თ. კვანტალიანის ნაცვლად დეპარტამენტის ხელმძღვანელის პოსტზე ახალი კანდიდატურის ძებნა დაიწყო (რასაც გამსახურდიას მთავრობის ერთ-ერთი მთავარი იდეოლოგი თემურ ქორიძე არაერთ ტელე- თუ საგაზეთო ინტერვიუში ადასტურებს), თუმცა უშედეგოდ. საბოლოოდ მან არჩევანი ერთგულებაზე გააკეთა. დაპირებების ხიბლი იმედგაცრუებაში მალევე გადაიზარდა და ჟურნალისტთა ნაწილი ახალ მთავრობას უკვე ღიად დაუპირისპირდა. ცნობილი ტელესახეები ოპოზიციის მიტინგებზე გამოჩნდნენ, პარალელურად კი ტელევიზიაში პროფესიონალი კადრების ერთგული კადრებით ჩანაცვლება მიმდინარეობდა და ცენზურა იზრდებოდა. შიდა დაპირისპირების პროცესი დეპარტამენტის შენობის კედლებს გასცდა. დეტალების შესახებ (რაც შესაძლოა, ზოგ შემთხვევაში, “ემოციური რეზონანსის” გამოწვევის მიზნით გადაჭარბებულიც კი ყოფილიყო) ცნობილი ჟურნალისტები საჯაროდ საუბრობდნენ. *“დღეს მე თვითონ გავხდი მომხსრე იმ ინციდენტისა, თუ როგორ იწერებოდა პროგრამა “მოამბე” (მთავარი საინფორმაციო გამოშვება). “მოამბის” მთავარი რეჟისორი, რომელიც არის ვინმე ჯაფარიძე, ეუბნება მორიგე რედაქტორს, რომ შემოსულია წერილები, რაც უნდა გადაიცეს; ბატონი ქოქიაშვილი ეუბნება, რომ მე ამას არ გადავცემ. ის ეუბნება - უნდა! ეს ეუბნება - არა, მე ვარ რედაქტორი, შენ რეჟისორი, რა უფლებით მაძლევ მითითებებს!”⁴⁶.*

– ასეთი ტიპის განხადებებით გამოდიოდნენ 90-იანებში ცნობილი ტელესახეები, რომლებიც დიდი რაოდენობის მაყურებელთა ნდობით სარგებლობდნენ. ამ მცირე განცხადებაში მკაფიოდ ჩანს რამდენიმე გზავნილი: 1. საინფორმაციო პროგრამის რეჟისორად ახალმა ხელისუფლებამ დანიშნა ისეთი ადამიანი, რომელსაც ცნობილი ტელეჟურნალისტი (რომელიც წლებია მუშაობს ტელევიზიაში) არც კი იცნობს - ანუ “ვინმე ჯაფარიძე” არაკომპეტენტურია და მისი მისია არა რეჟისურა, არამედ სხვა რამაა. 2. არაპროფესიონალი ადამიანი, რომელიც რეჟისორის თანამდებობას იკავებს, როგორც ჩანს, ცენზორია, რადგან თავს უფლებას აძლევს, რედაქტორს უკარნახოს, რა უნდა გავიდეს ეთერში და რა - არა. 3. ჟურნალისტთათვის უცნობი პირი დაუინებით ლობირებს

⁴⁶ ვალერი კვარაცხელია მიტინგზე (უნივერსიტეტის პირველი კორპუსის ეზო). 1991წ. სსმ-ის არქივი.

“წერილების” ეთერში გაშვებას, რაც, სავარაუდოდ, მთავრობის ინტერესს წარმოადგენს. ამ ტიპის გზავნილებზე მთავრობა და მისი მომხრე ჟურნალისტები არ რეაგირებდნენ და განაგრძობდნენ “ინფორმაციული ბლოკადის” და “ყურადღების გადატანის” მეთოდებით ბრძოლას. საქართველოსთვის ერთგვარად გარდამტეხი ეტაპი გახდა 1991 წლის 2 სექტემბერი, როდესაც თბილისში, რუსთაველის გამზირზე, კინოს სახლთან, ოპოზიციის, კონკრეტულად კი ეროვნულ-დემოკრატიული პარტიის მიერ ორგანიზებული საინფორმაციო მიტინგის მონაწილეები მილიციამ დაარბია. იყო სროლაც, იყვნენ დაჭრილები. ამ “ინციდენტის შემდეგ”, რამდენიმე საათში, იმავე საღამოს - ზ. გამსახურდიამ სახელმწიფო ტელევიზიით მოსახლეობას მიმართა. მისი მიმართვა კიდევ ერთი დასტურია იმისა, რომ ხელისუფლებას “ინფორმაციული ბლოკადის” და “ყურადღების გადატანის” ტაქტიკა ჰქონდა არჩეული. *“...რეზო ჩხეიძე, გიორგი ჭანტურია, გიორგი ხაინდრავა, ნოდარ ნათაძე დღეს ვითარების დესტაბილიზაციას შეეცადნენ. მათ ქალაქის ცენტრში გადაკეტეს მოძრაობა, რაც არცერთ ცივილიზებულ ქვეყანაში დაშვებული არ არის. ჩვენ ამ ხერხს მიემართავდით კომუნისტურ ეპოქაში, მხოლოდ იმიტომ, რომ ქვეყანას მართავდა მტრული ძალა და მათ წინააღმდეგ ყველა ხერხს მიემართავდით, თუმცა დღეს ასე მოქცევა ხალხის მიერ არჩეული კანონიერი მთავრობის წინააღმდეგ სრულიად დაუშვებელია. მილიციამ მათ მოქმედების საშუალება არ მისცა და ისინი თავს დაესხნენ მათ (მილიციას). დაზარალდა რამდენიმე მოქალაქე, მაგრამ გამოძიება დაადგენს, ვინ რისგან დაზარალდა. მილიციელთა ჯავშანუილეტები ტყვიით იყო დახვრეტილი. ეს ექსცესები მიზნად ისახავს საქართველოს დიპლომატიური აღიარების შეფერხებას მთელ მსოფლიოში და, რა თქმა უნდა, ეს ყოველივე ინსპირირებულია კრემლისა და მისი აგენტურის მიერ. ამიტომ მოგიწოდებთ, საკადრისი პასუხი გავცეთ მოღალატეებს”*⁴⁷ გამსახურდიას მიმართვის შემდეგ სახელმწიფო ტელევიზიის ეთერში აჩვენეს კადრები, სადაც ნათლად ჩანდა, თუ როგორ იყო ცეცხლსასროლი იარაღით დაზიანებული მილიციელთა დაჯავშნული ჟილეტები, ასევე საზოგადოებას აჩვენეს ნაცემი სამართალდამცველები. ღიქტორი კი აცხადებდა, რომ ცეცხლსასროლი იარაღით

⁴⁷ზ. გამსახურდიას ტელემიმართვა 1991წ. 2 სექტემბერი. სსმ-ის არქივი.

გასროლა მომიტინგეთა მხრიდან მილიციის მისამართით განხორციელდა, და რომ ფაქტთან დაკავშირებით მიმდინარეობს ძიება. ამავდროულად საინფორმაციო მიტინგზე მისული მოსახლეობა (ისე, როგორც იქ მყოფი ჟურნალისტები და ოპერატორები) ირწმუნებოდნენ, რომ ცეცხლი მომიტინგეთა დასაშლელად მილიციამ გახსნა, დემონსტრანტების მხრიდან კი არცერთი გასროლა არ ყოფილა. *“სადამოს, როდესაც ტელევიზიით გადაიცემოდა კადრები, ეს იყო ტყუილი, დადგმული, არავის უსვრია მილიციელებისთვის. ეს ყველამ კარგად იცოდა – მაგალითად, ტელევიზიის ოპერატორებმა...”*⁴⁸. ეს მოსაზრება 1991წელს სახელმწიფო ტელევიზიას არ გადაუცია. ამას გარდა, ხელისუფლებამ გადაწყვიტა, ტელევიზიით გადაეცა ე.წ. ქვეყნის მოღალატეთა სიები. სავარაუდოა, რომ ეს ნაბიჯი “ყურადღების გადატანის” მიზნით ხორციელდებოდა. სწორედ ასეთი ვითარება, ამ ტიპის ხისტი პროპაგანდა გახდა შეუქცევადი პროცესების მაპროვოცირებელი. ჟურნალისტთა დიდმა ნაწილმა, რომელსაც ახალი ხელისუფლების გადაწყვეტილებით, ეთერზე ხელი აღარ მუშავებოდა, ოპოზიციური აზრისთვის ალტერნატიული საათის გამოყოფა, ე.წ. სამშობლოს მოღალატეების სიების ტელევიზიით გაცემის აკრძალვა და ტელერადიოდებარტამენტის ხელმძღვანელობის შეცვლის მოთხოვნით 1991წლის 12 სექტემბერს სახელმწიფო ტელევიზიის კიბეზე საპროტესტო აქცია დაიწყო. პირველ დღეს მიტინგზე სიტყვით ცნობილი ტელესახეები გამოდიოდნენ. ჟურნალისტები ხაზგასმით აცხადებდნენ, რომ ისინი საკუთარი ღირსებისა და სიტყვის თავისუფლების დასაცავად გამოვიდნენ ქუჩაში. კიბეზე მსხდომი ჟურნალისტები, როგორც თავად აცხადებდნენ, სიტყვის თავისუფლებისთვის, ხოლო სახელმწიფო ტელევიზიის შენობაში დარჩენილნი კი - საქართველოს თავისუფლებისთვის იბრძოდნენ; რაც ერთგვარი შედეგი იყო მთავარი კითხვისა - ჯერ დემოკრატია თუ - ჯერ დამოუკიდებლობა? ქვეყანაში არსებული რეალური მდგომარეობის ამსახველი არა ტელევიზიის ეთერი, არამედ შენობამდე მისასვლელი ცენტრალური კიბეები გახდა. აქციის მეორე დღეს კი ტელევიზიის კიბეები ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა ტრიბუნად გადაიქცა. შედეგად - აქციის მონაწილე ჟურნალისტთა აზრი გაიყო. სიტყვის

⁴⁸მ. არეშიძე, ინტერვიუ, დოკუმენტური ფილმისთვის “მაღლა დაღმავალი კიბით”. სსმ-ის არქივი.

თავისუფლებისთვის მებრძოლ ჟურნალისტთა მცირე ნაწილი პოლიტიკურ თამაშს აერიდა და აქციაზე აღარ გამოჩენილა. ოპოზიციის ლიდერებმა კი უკვე სხვა მოთხოვნა – პრეზიდენტის ინსტიტუტის გაუქმება - წამოაყენეს. მათვე სახელმწიფო ტელევიზიის შენობის ბლოკირება განახორციელეს. ხელისუფლების მომხრე ჟურნალისტებს მუშაობის საშუალება აღარ ჰქონდათ. მათ ტელეაპარატურის ნაწილი უზენაესი საბჭოს შენობაში გადაიტანეს, სადაც “მინი” სტუდია მოაწყვეს და ტელევიზიის შენობა დატოვეს. შენობაში დარჩენილი აპარატურის მეშვეობით კი გაფიცულმა ჟურნალისტებმა ე.წ. “კიბის ტელევიზია” შექმნეს. ალტერნატიული ტელევიზიის სიგნალის მიღება მხოლოდ რამდენიმე უბნის – საბურთალოს, ვერისა და ვაკის ნაწილზე, ტელევიზიის მიმდებარე ტერიტორიაზე იყო შესაძლებელი. ტელევიზიის კიბეებთან გამოტანილი იყო ორი ტელევიზორი, სადაც ოპოზიციურად განწყობილი ჟურნალისტების მიერ მომზადებული სიუჟეტები გადაიცემოდა. ხელისუფლების მიერ უნებლიედ თუ შეგნებულად აწყობილი პროპაგანდის “ინფორმაციული ბლოკადისა” და “ყურადღების გადატანის” ჯაჭვი ნაწილობრივ გაირღვა. ერთი შეხედვით, ტელევიზიის შენობის მიმდებარე ტერიტორიაზე მოვლენები ქაოსურად და იმპულსურად მიმდინარეობდა, თუმცა მოვლენათა ქრონოლოგიის გაანალიზებისას ჩვენ დავინახავთ ხელისუფლების საწინააღმდეგო პროპაგანდის საკმაოდ კარგად გამართულ ხაზს, რომელიც სიტყვისა და გამოსატყვის თავისუფლების სახელით ხორციელდებოდა. ცხადია, რომ ოპოზიციის მიზანი ქუჩაში გამსახურდიას ხელისუფლების წინააღმდეგ მაქსიმალურად დიდი რაოდენობით ხალხის გამოყვანა იყო. საზოგადოებაში უკმაყოფილებისა და მღელვარების მატება, დაგროვილი ნეგატიური ენერგიის საპროტესტო აქციებზე გადატანა შესაძლებელია ბუნებრივადაც მოხდეს, მით უფრო მაშინ, როდესაც ხელისუფლება ძირითად პროპაგანდისტულ სტრატეგიად “ინფორმაციული ბლოკადისა” და “ყურადღების გადატანის” მეთოდებს ირჩევს, თუმცა ამ შემთხვევაშიც კი სამოქალაქო დაპირისპირების გაღვივება დაგეგმილი სტრატეგიის გარეშე განწირულია მარცხისთვის.

სახელმწიფო ტელევიზიის ჟურნალისტთა დიდი ნაწილი თავდაპირველად ტელევიზიის ეზოში 8, შემდეგ კი 10 სექტემბერს (1991) შეიკრიბნენ.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში არსებობს ამ მოვლენების ამსახველი დოკუმენტური მასალა. ჟურნალისტები განიხილავენ გაფიცვის შესაძლო ფორმებს. 12 სექტემბერს კი კვლავ იკრიბებიან და ტელევიზიის ცენტრალურ კიბეებზე საპროტესტო აქციის დაწყების გადაწყვეტილებას იღებენ. დოკუმენტურ კადრებში ასახულია, რომ საპროტესტო აქციას ორგანიზებას ჟურნალისტები: მამუკა არეშიძე, ვალერი კვარაცხელია, თამარ ცაგარეიშვილი, მოამბის მთავარი რედაქტორი გელა ქოქიაშვილი - ცდილობენ. გადაწყვეტილების მიღებისას ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური ვალერი კვარაცხელიაა, რომელიც თითქმის ერთ თვეში, 17 ოქტომბერს - პოლიტიკური გაერთიანება “დემოკრატიული პარტიის” კომიტეტის თავმჯდომარედ აირჩიეს. ასევე აღსანიშნავია, რომ სწორედ ვალერი კვარაცხელია იყო ერთ-ერთი პირველთაგანი, ვინც 18 ოქტომბერს (1991) ედუარდ შევარდნაძეს (საქართველოს სსრ ცენტრალური კომიტეტის ყოფილ პირველ მდივანს, საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა ყოფილ მინისტრს) საქართველოში ჩამოსვლა და ხელისუფლების სადავეების აღება საჯაროდ სთხოვა. 12 სექტემბერი, 1991, 15:17სთ. ჟურნალისტთა დიდი ნაწილი ტელევიზიის კიბეებს იკავენ. სახელმწიფო ტელევიზია და რადიო არსებულ რეალობას კვლავ იგნორირებას უკეთებს და საინფორმაციო ვაკუუმის პოლიტიკას აგრძელებს, თუმცა გაფიცულებთან გამოდის რეჟისორი მანანა იმედაძე, რომელმაც ტელევიზიაში დარჩენილი ჟურნალისტების სახელით მოკლე განცხადება გააკეთა: *“...აქ არ არის მთელი ტელევიზია, ჟურნალისტთა დიდი ნაწილი არ ეთანხმება აქ მყოფთა აზრს”*.⁴⁹ 13 სექტემბერი, ჟურნალისტებს 8 პოლიტიკური ორგანიზაციის წევრები შეუერთდნენ, შეიცვალა როგორც რეალობა, ისე მოთხოვნებიც. სიტყვის თავისუფლება საქართველოში პრეზიდენტის ინსტიტუტის გაუქმებით იცვლება. ჟურნალისტებთან მოსადაპარაკებლად აქციაზე ზ. გამსახურდიას გუნდის წევრი თ. ქორიძე მივიდა. მოლაპარაკება კონკრეტული შედეგით არ დასრულებულა, თუმცა ჟურნალისტების შეხვედრა ასევე შედგა პრემიერ-მინისტრ ბ. გუგუშვილთან. მან გაფიცულებს შესთავაზა, შეექმნათ ალტერნატიული ტელევიზია და გამოეყენებინათ სახელმწიფო ტელევიზიის ტექნიკის ნაწილი. აუდიენციიდან

⁴⁹მ. იმედაძის განცხადება აქციაზე. სსმ-ის არქივი 1991წ.

გამოსული ჟურნალისტები გამარჯვებით ნასიამოვნები იყვნენ, თუმცა მეორე დღეს შეთავაზება აღარც განიხილეს, უბრალოდ განაცხადეს, რომ მათთვის პირობები კატეგორიულად მიუღებელი იყო. აქციას 22 სექტემბერს თ. კიტოვანი (გვარდიის ყოფილი სარდალი. 23 აგვისტოს (1991) კიტოვანი, პრეზიდენტის ბრძანებულებით, ეროვნული გვარდიის – შინაგანი ჯარების სარდლის თანამდებობიდან გათავისუფლდა) და მისი მხარდამჭერი - ყოფილი ეროვნული გვარდიის წევრთა ნაწილი შეუერთდა. ტელევიზიის შენობა იარაღის საწყობად იქცა, ქუჩაში კი ჯავშანტექნიკა იდგა. კიტოვანი, რომელიც იმ პერიოდისთვის უკვე უკანონო შეიარაღებული ფორმირების ლიდერად ითვლებოდა, ხელისუფლების მხრიდან თავდასხმას ელოდა. ამის პარალელურად პრეზიდენტისა და ხელისუფლების დასაცავად უწყვეტი, მასშტაბური აქცია მიმდინარეობდა რუსთაველზე, უზენაესი საბჭოს შენობასთან. მოსახლეობა ზ. გამსახურდიას გასამხნეველად დედაქალაქში რეგიონებიდან ჩამოვიდა. სახელმწიფო ტელევიზია მოძრავი სადგურის მეშვეობით უზენაესი საბჭოდან ტრანსლირებას განაგრძობდა. ხელისუფლებამ “ინფორმაციული ბლოკადის” ტაქტიკა გააღრმავა. 1991 წლის ოქტომბერში, გამსახურდიას ბრძანებით, საქართველოს ტერიტორიაზე შეწყდა საკავშირო (რუსული) ტელევიზიის მაუწყებლობა, რადგან იგი აშკარად ოპოზიციას უწყობდა ხელს. შესაბამისად, ინფორმაციის ერთადერთ წყაროდ მხოლოდ საქართველოს სახელმწიფო ტელევიზია და რადიო დარჩა, საიდანაც გამუდმებით ისმოდა მოწოდებები, შეკრებილიყვნენ უზენაესი საბჭოს შენობასთან და დაეცვათ ეროვნული ხელისუფლება. მავდროულად - ოპოზიციურად განწყობილი ჟურნალისტები სახელმწიფო ტელევიზიის შენობაში სტუდიას ამზადებდნენ, საიდანაც თენგიზ სიგუას (ყოფილი პრემიერ-მინისტრი, თანამდებობიდან გადადგა 1991, 19 აგვისტოს, შეუერთდა ოპოზიციას) მოსახლეობისთვის უნდა მიემართა, თუმცა მისი მიმართვის ტრანსლირება მხოლოდ ე.წ. კიბის ტელევიზიით მოხდა. სატელევიზიო სიგნალის გავრცელება ვერ, ან არ ხერხდებოდა. ფაქტობრივი მტკიცებულება იმისა, რომ ოპოზიცია გეგმაზომიერად მიმართავდა პროპაგანდის კონკრეტულ ხერხს, არ არსებობს, თუმცა ფაქტია, რომ სწორედ ამ გარემოებამ მოახდინა მოსახლეობის დიდი ნაწილის კონცენტრაცია ერთ კონკრეტულ

ლოკაციაზე, სადაც სიტყვის თავისუფლების მოთხოვნით დაწყებული აქცია ოპოზიციის ფრონტის ხაზად იქცა. ხელისუფლება კიტოვანს და მის დაქვემდებარებაში მყოფ გვარდიელებს კატეგორიულად სთხოვდა, დაეტოვებინა სახელმწიფო ტელევიზიის შენობა, ჯავშანტექნიკა და იარაღი ჩაებარებინა სახელმწიფო სტრუქტურებისთვის. უკანონო შეაიარაღებული ფორმირების ლიდერი ულტიმატუმის შესრულებას არ აპირებდა, თუმცა 3 ოქტომბერს შენობიდან გასვლას მათ ოპოზიციურად განწყობილი ჟურნალისტები სთხოვეს. თხოვნა ნაწილობრივ დაკმაყოფილდა. *“ჩვენ გავდივართ, თუმცა ისევ ვიტრიალებთ ქალაქში. ჩვენ გავდივართ სისხლისღვრის თავიდან ასაცილებლად; ვიქნებით ძალიან ახლოს. თუ მოხდა დარბევა (ტელევიზიის წინ მიმდინარე აქციის), ჩვენ მოვალთ და არა აქ, არამედ მთავრობის სასახლესთან, ზვიად გამსახურდიასთან”*⁵⁰ კიტოვანის ამ განცხადების შემდეგ გამსახურდია საკუთარ მომხრეთა მიტინგზე აცხადებს, რომ იარაღი უძლურია და ისინიც, ოპოზიციურად განწყობილი მოწინააღმდეგე მხარე, მათთან ერთად გაიმარჯვებენ, თუმცა უკვე მეორე დღეს, სახელმწიფო ტელევიზიით გამოსვლისას, პრეზიდენტი ოპოზიციურად განწყობილ ჟურნალისტებს სახელმწიფო ქონების დამტაცებლებს და პუჩისტებს უწოდებს. ბარიკადის სხვადასხვა მხარეს მყოფთა შორის დაპირისპირებამ პიკს 22 დეკემბერს მიაღწია. დაიწყო 15-დღიანი “თბილისის ომი”. ხელისუფლება დაემხო, პრეზიდენტმა ქვეყანა 1992 წლის 6 იანვარს დატოვა.

ჩვენი კვლევის საგანი არა შეიარაღებული (ან თუნდაც პოლიტიკური) დაპირისპირების, არამედ ე.წ. პროპაგანდისტული ომის გაანალიზებაა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ეროვნული ხელისუფლების მიერ განხორციელებული ნაბიჯებიდან გამომდინარე, იკვეთება პროპაგანდის რამდენიმე მეთოდი. ესენია: “პრობლემის შექმნა”, “დემონიზაცია”, “ისტორიის გადაწერა”, “ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები”, “კლასიფიკატორი”, “გამეორება” და “ინფორმაციული ბლოკადა”. აქედან გამომდინარე, ჩვენ შეგვიძლია ავაგოთ იმიტირებული პროპაგანდისტული ხაზი.

50 თ. კიტოვანი, განცხადება ტელევიზიის შენობის წინ მიმდინარე აქციაზე. 1991წ. 3 ოქტომბერი. შსმ-ის არქივი

მოსახლეობისთვის მთავარი საფიქრალი და პრობლემა უნდა გამხდარიყო არა სოციალური საკითხები, არა დისკუსია დემოკრატიული საზოგადოების შენების შესახებ, არამედ რუსეთი, მის მიერ ჩანერგილი აგენტურა და დამოუკიდებლობის დაკარგვის საფრთხე. საკითხების მთავარ პრიორიტეტად ქცევა კი ინფორმაციის მიზანმიმართულად გადარჩევითა და ამა თუ იმ მოვლენისთვის დიდი მნიშვნელობის მინიჭებით ხერხდებოდა. უნდა დანერგილიყო შიში, რუსეთის მხრიდან საქართველოში დესტაბილიზაციის მცდელობის, მოსალოდნელი ანექსიის, სხვადასხვა ტიპის პროვოკაციების მოწყობის მიმართ. შიშის მხოლოდ დანერგვა არ არის საკმარისი, ის უნდა იყოს მართული კონკრეტული გარემოებიდან გამომდინარე, შესაძლებელია შიშის გამძაფრება, გამწვავება; ზოგ შემთხვევაში კი – პირიქით, მინელება და ილუზორული პატარ-პატარა გამარჯვებების ზეიმიც კი (ამის დასტურია გამსახურდიას და მისი გუნდის წევრების მიერ სხვადასხვა დროს გაკეთებული საჯარო განცხადებები რუსეთის მხრიდან რეალური საშიშროების მოახლოების შესახებ, ისე როგორც განცხადებები იმის თაობაზე, რომ იმპერია უძღურია და მან უკან დაიხია). ე.წ. შიშის მართვა კი არა მხოლოდ მოსახლეობაზე ემოციური ზემოქმედების საშუალება, არამედ საზოგადოების მართვის, მისი კონტროლის ტოლფასიცაა. ასევე გამუდმებული პროპაგანდის წყალობით უნდა დაიწყოს რუსეთის და მასთან ასოცირებული ჯგუფების ე.წ. დემონიზაცია. საზოგადოების უმრავლესობას უნდა შეეცვალოს შეხედულება ამა თუ იმ მოვლენისა თუ ადამიანთა ჯგუფის მიმართ. უნდა დაინგრეს ძველი და ჩამოყალიბდეს ახალი სტერეოტიპები, მაგალითად, როგორიცაა “წითელი ინტელიგენცია” “დამსახურებული მოღვაწეების” ნაცვლად. აქვე უნდა აღდგეს ისტორიული სამართლიანობა, გამოირეცხოს მეხსიერება და მოსახლეობას ჩამოუყალიბდეს რეალური, “საჭირო” მსოფლმხედველობა, რისთვისაც საჭიროა დაიწყოს ისტორიის გადაწერა. მოსახლეობისთვის განკუთვნილი გზავნილები მარტივად უნდა აღიქმებოდეს და არ უნდა იყოს მრავალფეროვანი, რათა “გამეორებამ” ეფექტურად იმუშაოს. ასახული მიზნების განსახორციელებლად კი საჭიროა ალტერნატიული მოსაზრებების “დაბლოკვა” და მოვლენების ცალმხრივად გაშუქება. ეროვნული ხელისუფლების მიერ მეტ-ნაკლებად თანმიმდევრულად

გადადგმული ნაბიჯებიდან გამომდინარე, ჩვენ შევადგინეთ მიახლოებული, მოდელირებული პროპაგანდისტული სქემა:



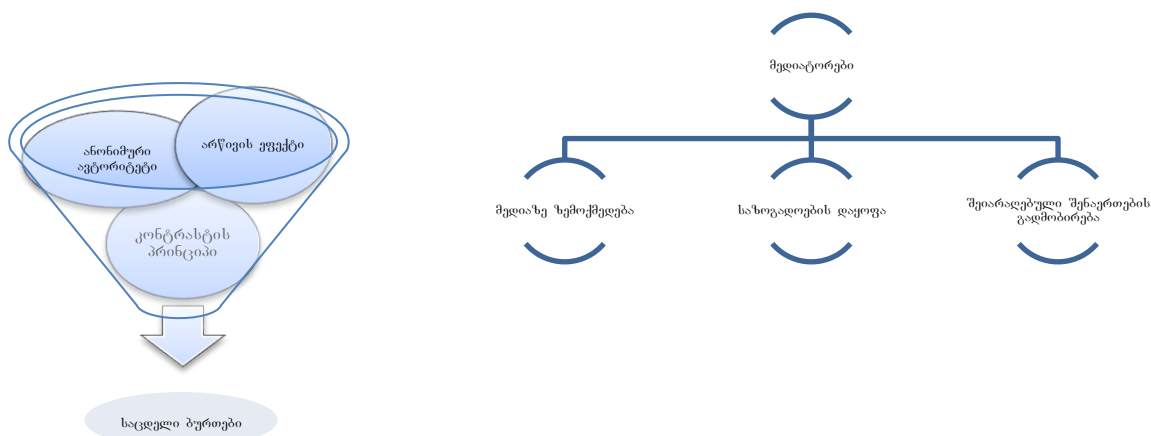
არსებობდა საფრთხე და მტერი, შესაძლოა, ზოგ შემთხვევაში, გადაჭარბებული, თუმცა რეალური. არსებობდა უდიდესი სურვილი და მიზანი, ქვეყანას მოეპოვებინა სრული დამოუკიდებლობა, ამას დამატებული - 90-იანი წლების მოცემულობა, რაც ქვეყანაში არსებული რესურსების უდიდესი ნაწილის, მათ შორის - სამაუწყებლო მედიის, სახელმწიფო საკუთრებას გულისხმობს (მსხვილი და საშუალო ბიზნესი არ არსებობდა), ზ. გამსახურდიას უდიდესი რეიტინგი და დამოუკიდებლობას მოწყურებული სოციალიზმით. ყოველივეს გათვალისწინებით, ასეთი ტიპის სქემას მარტივად უნდა ემუშავა, თუმცა გეგმამ მხოლოდ ნაწილობრივ იმოქმედა, რამაც სბოლოო ჯამში სამოქალაქო დაპირისპირება გამოიწვია. ზემოთ მოყვანილი მოვლენების გაანალიზების საფუძველზე ჩვენ შეგვიძლია გამოვიკვლიოთ ის, თუ რატომ წააგო საქართველოს მოსახლეობის 87%-ის მიერ არჩეულმა პრეზიდენტმა პროპაგანდისტული ომი. თეორიულად გამსახურდიას ყველა საშუალება ჰქონდა, განეხორციელებინა ჩვენ მიერ ზემოთ ჩამოთვლილი მეთოდები. პირველი გეგმა, რომელიც ეროვნულ ხელისუფლებას ჰქონდა დასახული - ჩაეჭრა კავშირები საბჭოთა (რუსულ) მენტალობასთან, მხოლოდ ნაწილობრივ განხორციელდა. მართალია, ეროვნულ ხელისუფლებას ჰქონდა კანონიერი ბერკეტი, გაეკონტროლებინა მედია (რადგან იგი სახელმწიფოს საკუთრება იყო), რასაც ახორციელებდა კიდევ, მაგრამ მან დაუშვა მთავარი შეცდომა - არ გათიშა

რუსული ტელეარხების მაუწყებლობა, თუმცა მოგვიანებით გამსახურდია მიხვდა, რომ ეს მის წინააღმდეგ მომქმედ მძლავრ ბერკეტს წარმოადგენდა და შეცდომის გამოსწორება სცადა, მაგრამ ეს უკვე დაგვიანებული იყო. ყოფილი საკავშირო ტელევიზია საქართველოში განვითარებულ მოვლენებს უდიდეს მნიშვნელობას არ ანიჭებდა. არც ეროვნული ხელისუფლების საწინააღმდეგო პირდაპირი მოწოდებები ისმოდა. სავარაუდოა, რომ სწორედ ამიტომ არ დადგა დღის წესრიგში რუსული ტელემაუწყებლობის გათიშვის საკითხი. სწორედ აქ იკვეთება გამსახურდიას ხელისუფლების იდეოლოგთა არაპროფესიონალიზმი. მაშინ, როდესაც, აღებული კურსის მიხედვით ცდილობ შექმნა საშიშროება, გადაწერო ისტორია, განახორციელო მტრის და მასთან ასოცირებული ადამიანთა ჯგუფების დემონიზაცია, დაუშვებელია პარალელურად მოსახლეობა უყურებდეს “მტრის” ტელეკომპანიას, არა იმიტომ, რომ მათზე ეთერის საშუალებით ხორციელდება პროპაგანდისტული ზეწოლა, არამედ იმიტომ, რომ სწორედ იმ ტელეკომპანიის საინფორმაციოს წამყვანები არიან მოსახლეობისთვის ავტორიტეტები, იმ არხის სხვადასხვა პროგრამის წამყვანები არიან მისაბაძი, სწორედ შენი “მტრის” ღირებულებები, ფასეულობები არის ახლობელი შენივე მოსახლეობისთვის. სწორედ რუსული არხის მიერ მიწოდებული კულტურა და განსაკუთრებით პოპკულტურა ხდება პოპულარული, ჩნდება მათი ავტორიტეტებისადმი სიყვარული და თანაგანცდა. ასეთი მოცემულობის დროს კი წარმოუდგენელია, სრულყოფილად გაატარო ის კურსი, რომელიც აიღო ეროვნულმა ხელისუფლებამ. მიღებული შედეგიც ამის დასტურია. გამსახურდიას უმეტესად მომხრეები ჰყავდა რეგიონებში, სადაც რუსულ ტელევიზიას არ უყურებდნენ, დედაქალაქში, კი სადაც ”საკავშირო ტელევიზიის” ყურებადობა მაღალი იყო, სადაც რუსული სამაუწყებლო მედია აღიქმებოდა, როგორც ცივილიზებულ სამყაროსთან ერთადერთი კავშირი, პირველი პრეზიდენტი მხარდამჭერებს კარგავდა. შედეგად - რუსული მედია პრაქტიკულად უბრძოლველად, ზედმეტი პროპაგანდისტული სქემების შექმნის გარეშე, იგებდა მედიაომს, თან ისე, რომ - ფაქტობრივად - შეუძლებელია იმ პერიოდის რუსეთის პირველი არხის დადანაშაულება მიკერძოებულობაში. გარდა ამისა, როდესაც ასეთი ტიპის მასშტაბურ ცვლილებებზე, ფაქტობრივად,

მენტალური რევოლუციის განხორციელება აქვს პროპაგანდისტს მიზნად დასახული, ის ვიწრო საინფორმაციო ჩარჩოს აუცილებლად უნდა გასცდეს. ამ მეთოდების განსახორციელებლად აუცილებელია, ჩართული იყოს კინოპროდუქციაც. მცირე პერიოდში ამის მოხერხება რთულია, თუმცა “ისტორიის გადაწერა” მოკლე პერიოდში ვერ მოხერხდება. ამას გარდა, თუკი მხატვრულ ფილმებზე რესურსი და დრო არ არის საკმარისი, შესაძლოა გაკეთდეს სატელევიზიო, დოკუმენტურ მასალაზე დაფუძნებული ფილმები, რაც ამგვარი სტრატეგიის წარმოებისას აუცილებელია, თუმცა, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, რეჟისორებთან და სცენარისტებთან, ვისაც შეეძლო ღირებული პროდუქციის შექმნა, გამსახურდიამ სრულიად გააზრებულად გაწვევითა კონტაქტი და გარიყა ისინი. ის ხაზი, რომელიც არჩეული ჰქონდა ხელისუფლებას, ასევე გამყარებული უნდა ყოფილიყო საქართველოს ტელევიზიის პროგრამირების მკაცრი კურსით. აღსანიშნავია, რომ საქ. თელერადიოკომიტეტის თავმჯდომარე ცდილობდა - ერთგვარად ეროვნული თვითშეგნების ამაღლების მიზნით ხშირად გაეშვა ქართული ფილმები, თუმცა მათი შერჩევა და ბადეში განთავსება სტიქიურად ხდებოდა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ბ-ნი კვანტალიანი არა პროფესიონალიზმის, არამედ ერთგულების ნიშნით დაინიშნა კომიტეტის თავმჯდომარედ, რაც აპრიორში შეცდომა იყო, თუმცა, როგორც ჩანს, გამსახურდიას მისი ალტერნატივა არ ჰყავდა. არსებული სიტუაციის გამო, ე.წ. დემონიზაციის პროპაგანდისტული პროცესი კომიკურ ხასიათს იძენდა, რადგან მექანიკური პროდუქციის უმრავლესობა (მხატვრული თუ დოკუმენტური ფილმები, ტელესპექტაკლები და ა.შ.) იმ ხელოვანების მიერ იყო შექმნილი და ამ ფილმებში მონაწილეობას ის მსახიობები იღებდნენ, რომელთა მიმართაც უნდა განხორციელებულიყო “დემონიზაციის” მეთოდი. ერთი მხრივ, ზვიად გამსახურდია ხელოვანების უმრავლესობას წითელ ინტელიგენციას უწოდებდა და ბევრ მათგანს ბრალს სდებდა საბჭოთა უშიშროების კომიტეტთან თანამშრომლობაში, მეორე მხრივ კი - სწორედ მათ მიერ ნაწარმოებ პროდუქტს იყენებდა მისივე ტელევიზია ქართული, ეროვნული სულისკვეთების ასამაღლებლად. “ისტორიის გადაწერის” მეთოდი ასევე არათანმიმდევრულად შერჩევითობის პრინციპის მიხედვით ხორციელდებოდა.

პირველმა პრეზიდენტმა დამოუკიდებელი საქართველოსთვის არასასურველი პირების, ავტორიტეტების ლუსტრაცია დაიწყო, თუმცა აქაც დაშვებული იყო სერიოზული შეცდომა. შეცდომა არა ლუსტრაციის გზით ისტორიის გადაწერა, არამედ ის სუბიექტური მიდგომა იყო, რასაც ეროვნული ხელისუფლება ახორციელებდა. ავტორიტეტების მსხვერველ არა გლობალურად, არამედ ზ. გამსახურდიას პირადი სიმპათია-ანტიპათიის მიხედვით ხორციელდებოდა. უშიშროების არქივში დაცული დოკუმენტები ისტორიული სამართლიანობის აღდგენის ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება იყო, თუმცა ეს მძლავრი ბერკეტი, საბჭოთა საქართველოს სახელოვან ხელოვანთა შთამომავლების დაშანტაჟების იარაღად იქცა. ასეთი მიდგომით ეროვნულმა ხელისუფლებამ საბჭოთა ავტორიტეტების რღვევის ნაცვლად საზოგადოებაში აგრესია გამოიწვია. გაუაზრებლად და არათანმიმდევრულად მიმდინარეობდა “ინფორმაციული ბლოკადაც”. არსებული მოცემულობის მიხედვით, ხელისუფლებაში ახლად მოსულ ეროვნულ მთავრობას ამ მიმართულებით ჰქონდა არჩევანი, მიზნის მისაღწევად გამოეყენებინა რამდენიმე მეთოდი, კერძოდ: “ინფორმაციული ბლოკადა”, “ნახევრად სიმართლე”, “ორთქლის გამოშვება”. სახელმწიფო ტელევიზიაში განხორციელებული საკადრო პოლიტიკისა და შემდგომ ტელერადიოკომიტეტის მუშაობის მიხედვით რაც ზემოთ განვიხილეთ, ნათელია, რომ არჩევანი ხელისუფლებამ “ინფორმაციულ ბლოკადაზე შეაჩერა. პროპაგანდისტული მეთოდების გამოყენებისას ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი აღებული გეზის ნაბიჯ-ნაბიჯ, უცვლელად განხორციელება; თუმცა ამ შემთხვევაშიც გამსახურდიას ხელისუფლების პრობლემა სწორედ არათანმიმდევრულობაა. თავდაპირველად ხელისუფლების მიერ აღებულ გეზს – “ინფორმაციულ ბლოკადას” - პერიოდულად “ნახევრად სიმართლის” მეთოდით ანაცვლებდნენ, რისი ერთ-ერთი ნათელი მაგალითიცაა 1991 წლის 2 სექტემბერს განვითარებული მოვლენები, ხოლო როდესაც პოლიტიკურმა დაპირისპირებამ კულმინაციას მიაღწია, ხელისუფლებამ ორთქლის გამოშვების სტრატეგიას მიმართა, რის შედეგადაც გაჩნდა ე.წ. კიბის ტელევიზია. ასეთი სტრატეგიული შეცდომების გამო არ არის გასაკვირი, რომ ვერცერთმა მეთოდმა სასურველი შედეგი ვერ გამოიღო.

ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ არასწორად გადაღებული პროპაგანდისტული ნაბიჯებისა და ხისტი პოლიტიკის გატარების მიუხედავად, შეუძლებელია საზოგადოების უკმაყოფილება და აზრთა სხვაობა ისეთ კრიტიკულ ზღვარს მიახლოვდეს, რომ ქვეყანაში შეიარაღებული სამოქალაქო დაპირისპირება დაიწყოს; მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ საქართველოს მოსახლეობის უდიდესმა უმრავლესობამ, 87-მა პროცენტმა, სწორედ ზვიად გამსახურდიას დაუჭირა მხარი საპრეზიდენტო არჩევნებში. ხელისუფლებისგან განსხვავებით, ოპოზიცია მეტად გამართული პროპაგანდისტული სტრატეგიით მოქმედებდა. მათი მთავარი მიზანი უკმაყოფილების მუხტის ესკალაცია, დაპირისპირების მაქსიმალურად გამწვავება და შედეგად - ხელისუფლების დამხობა იყო. გამსახურდიას პროპაგანდისტულ ხაზს ოპოზიციამ სხვა პროპაგანდისტულ ხერხებთან ერთად ძირითადად “საცდელი ბურთები”, “კონტრასტის პრინციპი”, “ანონიმური ავტორიტეტი”, “არწივის ეფექტი” და “მედიატორები” დაუპირისპირა. ხელისუფლებისგან განსხვავებით, მოწინააღმდეგე მხარეს არ ჰქონდა წვდომა სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფ მედიასთან, თუმცა მათ საბაზისო “შეიარაღებაში” იყვნენ “ანონიმური ავტორიტეტები” - წარმატებული, პოპულარული ადამიანები, რომლებიც “არწივის ეფექტს” ახორციელებდნენ. ორივე მეთოდი კი თავისთავად შობდა ე.წ. კონტრასტის პრინციპს და კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამდა ერთგვარ კლასობრივ დაპირისპირებას. განვითარებული მოვლენებისა და ოპოზიციის მოქმედების გაანალიზების საფუძველზე ჩვენ შეგვიძლია შევადგინოთ სტრატეგიული პროპაგანდისტული გეგმის მოდელი, რომელიც ოპოზიციური ბრძოლის ძირითად ღერძს წარმოადგენს.



გრაფიკულ ძაბრში მოთავსებულია იმ ე.წ. ბერკეტების ჩამონათვალი, რაც ჰქონდა ოპოზიციას. “ანონიმური ავტორიტეტის” მეთოდის გამოყენებით მეთოდურად მიმდინარეობდა იმ ნაკლოვანებების ხაზგასმა, რაც გამსახურდიას ხელისუფლებას ჰქონდა ქვეყნის საგარეო კურსის მიმართულებით. ამ კონტექსტში ფართოდ განიხილებოდა საქართველოს მომავალი, ასიმილაცია ე.წ. დიდ ევროპულ ოჯახთან, არსებული ხელისუფლების პირობებში. სწორედ ანონიმურ წყაროებზე დაყრდნობითა და ლოგიკური ჯაჭვის აგების მეშვეობით არწმუნებდა ოპოზიციას საზოგადოებას, რომ ეროვნული ხელისუფლება არ სარგებლობს ავტორიტეტით და, შესაბამისად, ვერ შეძლებს გამოძებნოს საერთო ენა ევროპული ქვეყნების ლიდერებთან. ქართული საზოგადოების ე.წ. ელიტარული ნაწილის უმრავლესობა ხელისუფლების ოპოზიციაში იმყოფებოდა, რამაც ავტომატურად “არწივის ეფექტი” გამოიწვია. საქართველოს მოსახლეობა თვალნათლივ ხედავდა, რომ წარმატებულ და პოპულარულ ქართველთა უმრავლესობა განუდგა გამსახურდიას ხელისუფლებას, შესაბამისად, ამუშავდა მარტივი ასოციაციური აზროვნება – წარმატებული ადამიანი ყველა საქმეში წარმატებულია. იქიდან გამომდინარე, რომ “წარმატებულები” ბარიკადის საპირისპირო მხარეს დგანან, ხელისუფლებას ბრძოლა წაგებული აქვს, რადგან მრავალგზის დაჯილდოვებული პოპულარული ადამიანები არჩევანში არ შეცდებოდნენ. ეს განცდა კი უმცირესობაში დარჩენის შიშს იწვევს და ადამიანთა დიდი ნაწილი, რომელიც იდეურად არ არის ჩართული პოლიტიკურ ბრძოლაში, ემხრობა მას, ვისაც გამარჯვების, შესაბამისად, უმრავლესობაში

ყოფნის მეტი შანსი აქვს. ჩვენს გრაფიკულ ძაბრში ასევე არის “კონტრასტის პრინციპიც”. ამ მეთოდმაც საკმაოდ მძაფრი გავლენა იქონია ქართულ საზოგადოებაზე. ნაშრომის პირველ ნაწილში ჩვენ განვიხილეთ ამ მეთოდის კლასიკური ფორმა, რაც - მარტივად, უქნარა ადამიანების ფონზე, საქმიანი პირის წარმოჩენას გულისხმობს. ეს მეთოდი, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ძირითადად წინასაარჩევნო პერიოდში კონკრეტული კანდიდატის ან პოლიტიკური სუბიექტის საქმიან იმიჯს ამყარებს. მოცემულ შემთხვევაში კი მეთოდმა ქართული საზოგადოების მანკიერი მხარე – სნობიზმიც მოიცვა. კონტრასტის პრინციპის წყალობით, პოლიტიკური ორიენტაცია ერთგვარად სოციალური ფენის განმსაზღვრელიც გახდა. სწორედ ამ მეთოდის გამოყენებით ჩამოყალიბდა სტერეოტიპი, რომ გამსახურდიას მხარდამჭერები ძირითადად სხვადასხვა რეგიონის წარმომადგენლები იყვნენ, ხოლო დანარჩენი ე.წ. ნაღები საზოგადოება ოპოზიციის მიერ მოწყობილ საპროტესტო აქციაზე იკრიბებოდა. ჩვენ მიერ წარმოდგენილი გრაფიკული ძაბრიდან თავდაპირველად გამოდის ე.წ. საცდელი ბურთები. საგულისხმოა, რომ სწორედ ეს მეთოდი იკავებდა ოპოზიციის პროპაგანდისტული სტრატეგიის მოწინავე პოზიციას. საცდელი ბურთების გაშვებით ოპოზიცია ერთგვარად დაზღვეული იყო არაპოპულარული ნაბიჯების გადადგმისგან. მეთოდი იძლევა მოსახლეობის განწყობის შესწავლის და შემდგომში სწორი და დროული ტაქტიკის შერჩევის საშუალებას. პროპაგანდისტული სტრატეგიის იმიტირებული გრაფიკის მეშვეობით ჩვენ განვსაზღვრეთ ისიც, რომ პროპაგანდა, რომელსაც ოპოზიცია აწარმოებდა, ჰყავდა განსაზღვრული სეგმენტი - ე.წ. აზრის ღიდერები. გამიზნული, გააზრებული სტრატეგიის მეშვეობით კი ამუშავდა “მედიატორების” მეთოდი, რომლებიც დამუშავებულ, საცდელ ბურთებში გავლილ ინფორმაციას ავრცელებდნენ. ეს ხერხი, როგორც კვლევის პირველ ნაწილში აღვნიშნეთ, აზრის ღიდერების მიერ, მოსახლეობაში სხვადასხვა მოსაზრებაზე მსჯელობის გარდა, სხვადასხვა, ხშირად აბსურდული ჭორების გავრცელებასაც მოიცავს; საგულისხმოა, რომ მეთოდი ოპოზიციამ სრული მოცულობით აამუშავა. ხერხის ერთ-ერთი პირველი სამიზნე მედია იყო, მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ სახელმწიფო ტელევიზიაში მომუშავე პოპულარულ ჟურნალისტთა

უმრავლესობა თავად იქცა “მედიატორად”. ყველაზე მნიშვნელოვანი პროპაგანდისტული გამარჯვება ოპოზიციამ იმით მოიპოვა, რომ მათ მხოლოდ ნაწილობრივ გაარღვიეს ინფორმაციული ბლოკადა, შექმნეს ალტერნატიული კიბის ტელევიზია, რითიც განახორციელეს ოპოზიციურად განწყობილი მოსახლეობის კონცენტრაცია სახელმწიფო ტელე-რადიოდეპარტამენტის შენობასთან, რადგან ალტერნატიული ინფორმაციის მოსმენა მხოლოდ ქუჩაში, ტელევიზიის შენობასთან, იყო შესაძლებელი. ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ ოპოზიციურად განწყობილი ჟურნალისტების მიერ მომზადებული სიუჟეტების, ალტერნატიული აზრის ტრანსლირება ვერ - ან შეგნებულად არ ხდებოდა. მასალაზე მუშაობისას საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში შენახულია კადრები, თუ როგორ აღწერენ ტელევიზიის ტექნიკური სამსახურის თანამშრომლები ტელევიზიაში არსებულ მატერიალურ-ტექნიკურ ქონებას იმ დღეს, როდესაც თენგიზ კიტოვანმა და მისმა შეიარაღებულმა ფორმირებამ ჟურნალისტთა თხოვნის შემდეგ დატოვა კომიტეტის შენობა. აღწერის ნაწილი ფირზეა გადაღებული, რადგან უზენაეს საბჭოში მყოფი პრეზიდენტი გამსახურდია ოპოზიციურად განწყობილ ჟურნალისტებსა და უკანონო შეიარაღებული ფორმირების წევრებს სახელმწიფო ქონების დამტაცებლებსა და პუტჩისტებს უწოდებს. პრეზიდენტისა და მთავრობის წევრების განცხადებების თანახმად, ტელევიზია გაძარცვული იყო. სწორედ გამსახურდიასა და მისი მთავრობის წევრების ბრალდების - თითქოს სახელმწიფო ტელევიზიის ქონება გაიძარცვა - გასაბათილებლად ფირზე, რომელიც დღეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში ინახება, აღბეჭდილია ტელევიზიის სააპარატოებისა და სხვა ტექნიკური ბაზის მდგომარეობა. კადრები იმ პერიოდის ოპოზიციას საკუთარი სიმართლის დასადასტურებლად სჭირდებოდა, თუმცა საგულისხმოა, რომ იქვე მკაფიოდ ისმის ტექნიკოსთა დიალოგი, რომლებიც აღნიშნავენ, რომ ყველაფერი რიგზეა და არსებული ტექნიკით ყოველგვარი დაბრკოლების გარეშე შესაძლებელია ტრანსლირების განხორციელება. თუ ჩვენ ამ შემთხვევით ჩაწერილ (ქრონიკალური კადრების გადაღებისას მიზანი არ ყოფილა არსებული მდგომარეობის ვერბალური შეფასება, ფირზე უნდა აღბეჭდილიყო მხოლოდ ის, რომ შენობიდან აპარატურა არავის გაუტანია) რამდენიმე ფრაზას

გავაანალიზებთ და ოპოზიციის ნაბიჯების ლოგიკურ ჯაჭვში ჩავსვამთ, მივიღებთ წინასწარ გათვლილ სტრატეგიას, რასაც გაბრაზებული მოსახლეობის მაქსიმალური რაოდენობა უნდა გამოეყვანა ქუჩაში. სცენარი სხვაგვარად რომ განვითარებულიყო – ე.წ. კიბის ტელევიზიის ნაცვლად შექმნილიყო ალტერნატიული მაუწყებლობა, ამუშავდებოდა, ორთქლის გამოშვების პრინციპი და ნაკლებსავარაუდოა, რომ ოპოზიციას ქუჩაში მოსახლეობის დიდი მასის კონცენტრირება მოეხდინა. იმ ეჭვს, რომ ალტერნატიული აზრის ტრანსლაციას არა გამსახურდიას ხელისუფლება, არამედ თავად ოპოზიცია ბლოკავდა, აღრმავებს ზემოთ მოყვანილი ცნობილი ფაქტიც, რომ ჯერ კიდევ გაფიცვის საწყის ეტაპზე პრემიერ-მინისტრის ბ. გუგუშვილის შეთავაზება – შეექმნათ ალტერნატიული ტელევიზია, ოპოზიციურად განწყობილმა ჟურნალისტებმა არც კი განიხილეს. რთულია იმის მტკიცება, თავად ჟურნალისტები რამდენად იყვნენ ჩართულები ამ ავანტიურაში, თუმცა უმრავლესობას მოგვიანებით გაუჩნდა განცდა, რომ მათი პროტესტით მანიპულირებდნენ. 2010 წელს ჩაწერილ ინტერვიუში ჟურნალისტთა პროტესტის ერთ-ერთი ლიდერი მამუკა არეშიძე აცხადებს, რომ პროცესები იყო მართული. *“გვიან, უკვე დეკემბერში, მივხვდი, რომ მანიპულატორი იყო რუსეთი”*.

ედუარდის გიორგიდ “გარდაქმნის” პროცესი (შევარდნაძის დაბრუნება)

საქართველოს რესპუბლიკის სამხედრო საბჭომ, რომელიც ქვეყანას 1992 წლის იანვარსა და თებერვალში მართავდა (წევრები: თენგიზ კიტოვანი, ჯაბა იოსელიანი, თენგიზ სიგუა), გამოსცა დეკლარაცია, რომლის მიხედვითაც, საქართველოს რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭო და საქართველოს პრეზიდენტი გამოაცხადა საქართველოს სსრ სამართალმემკვიდრეებად, ბრალი დასდო პრეზიდენტ გამსახურდიას ავტორიტარულ მმართველობასა და ხელისუფლების უზურპაციაში. საბჭომ აღადგინა 1921 წლის საქართველოს დემოკრატიული რესპუბლიკის კონსტიტუცია, ასევე 1992 წლის ზაფხულისთვის (რაც, შემდგომ - საბჭომ შემოდგომისთვის გადაიტანა) დაინიშნა საპარლამენტო არჩევნები.

მავდროულად - ტელევიზიით გამოსვლისას თბილისის კომენდანტად დანიშნულმა მხედრიონელმა (მეტსახელად “სიძე”) მოსახლეობა გააფრთხილა, რომ არასანქცირებული მიტინგების გამართვის საწინააღმდეგოდ ხელისუფლება “უკიდურეს ზომებს მიმართავს”. ამაში უკვე მხოლოდ დარბევა და ჰაერში სროლა აღარ იგულისხმებოდა. 1992 წლის 2 თებერვალს თამარ მეფის გამზირზე მხედრიონმა და გვარდიამ ზ. გამსახურდიას უიარალო მომხრეების მანიფესტაცია დაცხრილა. ეს იყო აშკარა, დაუნდობელი დარბევა. პირველი პრეზიდენტის მხარდამჭერებს ესროდნენ დამიზნებით, ავტომატებიდან. დახვრეტის კადრები CNN-მა იმავე დღეს აჩვენა. სროლას არა მხოლოდ აქციის ერთი მონაწილე, არამედ ერთი მილიციელიც შეეწირა, რომელიც მანიფესტანტებთან ახლოს იდგა. აქციის 50-მდე მონაწილე დაიჭრა. სამხედრო საბჭომ რამდენიმე ლიბერალური კანონი მიიღო: დაამტკიცა უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებათა ავტონომია; ოფიციალურად დაამტკიცა მედიის მთავრობისგან დამოუკიდებლობა; გაათავისუფლა სამხრეთ ოსეთის პრეზიდენტი კულამბეგოვი და დაჰპირდა მოსახლეობას ინდუსტრიის დეცენტრალიზაციას. იმისთვის, რომ მომხდარიყო გაძვირებული პროდუქტის კომპენსაცია, ხელფასი და პენსია გაიზარდა 100%-ით. ასევე დაიშვა სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ბინების თავისუფალი პრივატიზაცია. სამხედრო საბჭომ 1992 წლის თებერვალში შექმნა და ხელისუფლება გადააბარა საქართველოს რესპუბლიკის სახელმწიფო საბჭოს, სადაც საქართველოში არსებული თითქმის ყველა (მრგვალი მაგიდის გარდა) პოლიტიკური პარტიისა და საზოგადოების წარმომადგენლები ე.წ. ინტელიგენცია გაერთიანდა. საბჭო წარმომადგენდა მოქალაქეებისგან შემდგარ ორგანიზაციას, რომელიც საკუთარ თავს ახასიათებდა, როგორც უმაღლეს წარმომადგენლობით ორგანოს, რომელიც ქვეყანაში საპარლამენტო არჩევნებამდე განახორციელებდა საკონტროლო ფუნქციას და გამოსცემდა ყველა ბრძანებას. სახელმწიფო საბჭოს ხელმძღვანელად კი სამხედრო საბჭოს ტრიუმფირატმა, რასაც სახელმწიფო საბჭოს წევრთა უმრავლესობა ეთანხმებოდა, ე.შევარდნაძე მოიწვია. მისი საქართველოში დაბრუნების შემდგომ - 10 მარტს, სამხედრო საბჭომ

უფლებამოსილება შეიჩერა. არალელურად - სახელმწიფო საბჭოს წევრებმა ფარული კენჭისყრით თავმჯდომარედ ე. შევარდნაძე აირჩიეს.

64 წლის ედუარდ შევარდნაძე მოსკოვიდან თბილისში 1992 წლის 7 მარტს ჩამოვიდა. მას თან ახლდა მეუღლე – ნანული ცაგარეიშვილი-შევარდნაძე და მრჩევლები ყოფილი საბჭოთა კავშირის საგარეო სამინისტროდან: თემურ სტეფანოვი (რომელიც შევარდნაძეს საჯარო გამოსვლებისთვის ტექსტებს უმზადებდა) და სერგეი ტარაშენკო.

“7 მარტს ჩვეულებრივი სარეისო თვითმფრინავით მოსკოვიდან თბილისში გამოვფრინდი. იმ დღეს ჩემი მეუღლის, ნანულის დაბადების დღე იყო. დილით, როგორც ყოველთვის, მივულოცე.

-ეს შენი დაბადების დღეცაა, მიპასუხა, - დღეს ყველაფერს თავიდან იწყებ.

-არა, ეს მხოლოდ გაგრძელებაა, ვუთხარი”.⁵¹

ასე რომანტიკულად აღწერს შევარდნაძე საკუთარ მემუარებში საქართველოში ჩამოსვლის დღეს. სსრკ-ის ყოფილ საგარეო საქმეთა მინისტრს აეროპორტში ჯაბა იოსელიანი, თენგიზ კიტოვანი და წითელი მიხაკებით ხელში მდგომი ინტელიგენციის ნაწილი დახვდა. აეროპორტშივე, ოდნავ მოშორებით იყვნენ საქართველოს პირველი პრეზიდენტის მხარდამჭერები, რომლებიც უკმაყოფილო შეძახილებით აპროტესტებდნენ ცენტრალური კომიტეტის ყოფილი მდივნის თბილისში ჩამოსვლას. *“შე მივესალმები ჩემს მეგობარ ქართველ ინტელიგენციას, რომელმაც, როცა საჭირო გახდა, იარაღი და ავტომატი დაიჭირა ხელში იმიტომ, რომ საქართველოსთვის ებრძოლა, რომელმაც ადრე გამოაფხიზლა ქართველი ხალხი. მადლობა მათ.”⁵²* იქვე ე. შევარდნაძემ უურნალისტებთან განაცხადა, რომ მისი საქართველოში დაბრუნება ყველაზე სარისკო ნაბიჯი იყო მთელი მისი ცხოვრების განმავლობაში. აეროპორტიდან შევარდნაძე პირდაპირ სიონის საკათედრო ტაძარში გაემართა, მოინახულა საქართველოს კათოლიკოს პატრიარქი, რომელმაც მოგვიანებით მონათლა როგორც “გიორგი” (1992 წლის ნოემბერში). უკვე ყოფილმა კომუნისტმა მოგვიანებით მედიისთვის მეორე კომენტარი გააკეთა, სადაც აღნიშნა, რომ

⁵¹ ე. შევარდნაძე, მემუარები “ფიქრი წარსულსა და მომავალზე”. გვ. 279, თბ. 2006წ.

⁵² სსმ-ის არქივიდან 1992წ.

“ყველაფერი არის ნანგრევებში, ჩვენ უნდა ვიშრომოთ ყველაფრის გამოსასწორებლად”.

ელუარდ შევარდნაძის თბილისში ჩამოსვლის პირველი დღის გაანალიზებით ნათელია, თუ რა ტიპის პროპაგანდისტული კამპანიის წამოწყებას გეგმავდა. რამდენიმე მოკლე კომენტარისა და ქმედების საფუძველზე შეგვიძლია გამოვყოთ მკაფიო გზავნილები:

1. ახალი მმართველის დასაყრდენი არა სამხედრო საბჭოს ტრიუმფირატი, არამედ ე.წ. ინტელიგენცია, ანუ “აზრის ლიდერები” არიან, რომლებსაც ჩამოსვლისთანავე შევარდნაძემ მადლობა გადაუხადა ავტომატის ხელში აღებისთვის. პირველივე საჯარო სიტყვის თანახმად, იკვეთება, რომ ე. შევარდნაძისთვის მასებზე ზემოქმედების ერთ-ერთი უმთავრესი ხერხი “მედიატორია”.

2. ახალი მმართველი არ გაურბის პრობლემას ყოფილი პრეზიდენტის მომხრეების სახით. იმ პერიოდში სამხედრო საბჭოსთვის არ იყო რთული არ დაეშვათ გამსახურდიას მომხრეთა აეროპორტის ტერიტორიაზე მისვლა თუმცა, მათი ნაწილი იქვე შევარდნაძის ჩამოსვლას ხმამაღლა აპროტესტებდა. ეს არ არის შემთხვევითი - ან ყოფილი პრეზიდენტის მომხრეთა თავდადების შედეგი. თუ ჩვენ ამ ფაქტს პროპაგანდისტულ ხაზში ჩავსვამთ, ნათელია, რომ ახალი მმართველის ჩამოსვლისთანავე ამუშავდა “ორთქლის გამოშვების მეთოდი”.

3. ახალი მმართველი არის მამაცი და მიიღო ყველაზე სარისკო გადაწყვეტილება და ჩამოვიდა თბილისში მაშინ, როდესაც მისი წინამორბედი გაიქცა. მისი საუბრის აქცენტებით ჩანს, რომ ე. შევარდნაძე აპირებს “კონტრასტის პრინციპის” ამუშავებას ისე, როგორც “არწივის ეფექტის” ერთ-ერთი მიმართულების - წარმატებული ადამიანი ყველა საქმეში წარმატებულია.

4. პირველივე დღეს შევარდნაძემ პოლიტიკური რებრენდინგი განახორციელა და სიონში ვიზიტის წყალობით აამოქმედა “არწივის ეფექტის” მეორე მიმართულებაც - “გვერდით - ანუ ერთად”. გარდა ამისა, ამ ნაბიჯით მან კიდევ ერთელ გაუსვა ხაზი, რომ მის თანასწორად მხოლოდ ერთ პიროვნებას - პატრიარქს აღიარებს, ხოლო ის ადამიანები, რომლებიც მას მიხაკებით აეროპორტში დახვდნენ, მისთვის არა პერსონები, არამედ ე.წ. აზრის ლიდერთა

ჯგუფია, რომლის წევრებიც ცალკეულად ფასეულობას არ წარმოადგენენ. ეს ნიუანსიც მისი პოლიტიკური რებრენდინგის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია.

5. ე. შევარდნაძემ არ მიმართა გამსახურდიასა და მისი მომხრეების დემონიზაციის მეთოდს, როგორი შთაბეჭდილებაც შეიძლება ერთი შეხედვით დაგვრჩეს. ამ შემთხვევაში მან “აქცენტები გადაანაცვლა” და საზოგადოების აზრის ფოკუსირება არა დანგრეულის მიზეზების და დამნაშავეის დასჯაზე, არამედ მომავალსა და შენებაზე გააკეთა, რითიც კიდევ ერთხელ ამუშავდა “არწივის ეფექტი”. ის ერთადერთი წარმატებული ქართველი პოლიტიკური ფიგურაა და, შესაბამისად, ვისი - თუ არა მხოლოდ მისი თაოსნობით - შეიძლება დანგრეულის აშენება.

ე. შევარდნაძის მმართველობის პირველი 3-წლიანი ციკლი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპია. 1992 წლიდან 1995 წლის ნოემბრის არჩევნებამდე მისი ამოცანა ლეგიტიმურად რეალური ხელისუფლების მოპოვება იყო. სამხედრო საბჭოს მიერ შექმნილი სახელმწიფო საბჭოს ძალა სიმბოლური იყო. თვით საბჭოს მხოლოდ საკონსულტაციო ფუნქცია ჰქონდა. მმართველობის რეალურ ბერკეტს კი საბჭოების კონსილიუმი ფლობდა, რომელიც შედგებოდა უმაღლესი საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ფუნქციებისგან. აქ წარმოდგენილი იყო 4 ხმის მიმცემი წევრი – პრეზიდენტის ხელმძღვანელი ე. შევარდნაძე, მოადგილე ჯ. იოსელიანი, პრემიერ-მინისტრის მოვალეობის შემსრულებელი თ. სიგუა და პრემიერ-მინისტრის მოადგილე თ. კიტოვანი. პრეზიდენტის ხმის მიცემის წესი კონსენსუსით განისაზღვრებოდა, თუმცა აქვე აღსანიშნავია, რომ ყველა ხმის მიმცემ წევრს ჰქონდა ვეტოს უფლება. 1992 წლის 7 მარტიდან 11 ოქტომბრამდე საბჭო ქვეყანას ფაქტობრივად არალეგიტიმურად მართავდა, რადგან აღდგენილი, 1921 წლის კონსტიტუციის მიხედვით, ქვეყნის მართვა არჩეული ორგანოს პრეროგატივაა. ეს ფაქტი იყო დევნილობაში მყოფი პრეზიდენტისა და მისი მომხრეების ერთ-ერთი უმთავრესი არგუმენტი, რითიც ზვიად გამსახურდია ცდილობდა როგორც საქართველოს მოსახლეობისთვის, ისე მსოფლიო თანამეგობრობისთვის დაემტკიცებინა, რომ საბჭოთა კავშირის ყოფილმა საგარეო საქმეთა მინისტრმა ხელისუფლების

უზურპაცია მოახდინა. თბილისში ახლადდაბრუნებული შევარდნაძისთვის ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას სწორედ ზ. გამსახურდია და მისი თანამოაზრეები წარმოადგენდნენ. პრობლემა არა ყოფილი პრეზიდენტის მომხრეთა პერმანენტული აქციები, არამედ ხელისუფლების კანონიერება იყო, რასაც დამსობილი ყოფილი ხელისუფლება ედავებოდა. შევარდნაძის საქართველოში დაბრუნებიდან ერთ თვეში ზ. გამსახურდიამ მას ღია წერილით მიმართა. ვრცელ, ორნაწილიან წერილში მიმოხილულია შევარდნაძის პოლიტიკური საქმიანობა, რაც 19 - პუნქტიანი ბრალდებით სრულდება:

“მე თქვენ ბრალს გდებთ:

- 1. საქართველოს ეროვნულ-განმათავისუფლებელი მოძრაობის სისტემატურ დევნასა და ჩახშობაში უსასტიკესი რეპრესიების გზით, მის დისკრედიტაციაში შინ და გარეთ. ქართველი პატრიოტების და ადამიანის უფლებათა დამცველების დევნა-დაპატიმრებაში, ქართველი პატრიოტის ვ. ჟვანიას დახვრეტაში, “თვითმფრინავის საქმეზე” დაპატიმრებული ახალგაზრდების და მათთან ერთად ცრუ ბრალდებით დაპატიმრებული უდანაშაულო მღვდლის, თევდორე ჩიხლაძის დახვრეტაში, ჟურნალისტ ნაზი შამანაურის მკვლელობაში 1983 წელს ქ. თბილისის ფსიქიატრიულ საავადმყოფოში.*
- 2. საქართველოს კანონიერი ხელისუფლების წინააღმდეგ საერთაშორისო შეთქმულების მოწყობაში, უპრეცედენტო ცილისმწამებლური კამპანიის ორგანიზებაში მსოფლიოს მასშტაბით.*
- 3. დასავლეთის ქვეყნების დეზინფორმირებასა და დეზორიენტირებაში საქართველოში მიმდინარე პროცესებთან დაკავშირებით.*
- 4. საქართველოში კრიმინალური რევოლუციისა და სამხედრო გადატრიალების მოწყობაში, უკანონო დანაშაულებრივი ხუნტის შექმნაში, ხელისუფლების უზურპაციაში, ქ. თბილისის ცენტრის დანგრევასა და დაწვაში.*
- 5. საქართველოში დემოკრატიის ნაცვლად კლექტოკრატიის დამყარებაში, დამნაშავეთა სამყაროსადმი სამართალდამცავი ორგანოების დაქვემდებარებაში, კრიმინალებისთვის ხელისუფლების გადაცემაში.*

6. საქართველოში 1990 წლის 28 ოქტომბრისა და 1991 წლის 26 მაისის დემოკრატიული არჩევნების მიღწევების განადგურებაში, კანონიერი პარლამენტისა და პრეზიდენტის დევნაში.
7. საქართველოში რუსეთის იმპერიის საოკუპაციო ჯარების ყოფნის დაკანონებაში, მათთვის საოკუპაციო ჯარების სტატუსის მოხსნაში, საქართველოში ამგვარი ჯარების ახალი კონტინგენტის შემოყვანაში ყარაბაღის 366 მოტომსროლელი პოლკის სახით, გერმანიიდან დემობილიზებული სამხედრო მოსამსახურეებისთვის განკუთვნილი სახლების მშენებლობის დაგეგმვაში ჩვენს ტერიტორიაზე.
8. საქართველოში კომუნისტური პარტოკრატისა და მაფიის კვლავ აღორძინებაში.
9. იმპერიული სუკ-ის აგენტობაში და მის თავდადებულ სამსახურში წლების მანძილზე.
10. იმპერიული სუკ-ის აგენტურულ ქსელში საქართველოს მოსახლეობის დიდი ნაწილის ჩათრევაში.
11. სახელმწიფო ტერორიზმში, 1992 წლის იანვარ-თებერვლის მშვიდობიანი მიტინგებისა და დემონსტრაციების დარბევა-დახვრეტაში კრიმინალების ხელით.
12. დასავლეთ საქართველოს დალაშქვრა-დარბევაში, მოსახლეობის ძარცვასა და გენოციდში, კუთხური შუღლისა და სეპარატიზმის არნახულ გაღვივებაში.
13. საქართველოში ნარკომანიისა და ნარკობიზნესის ლეგალიზაციასა და წახალისებაში, თბილისის ახალგაზრდობის მნიშვნელოვანი ნაწილის ნარკომანებად, კრიმინალებად ქცევაში.
14. პიროვნულად ჩემი და ჩემი ოჯახის, თვით მცირეწლოვანი ბავშვების დევნაში 20 წლის მანძილზე.
15. კონსტანტინე გამსახურდიას მემორიალური სახლ-მუზეუმების გაძარცვასა და დაწვაში (ქ. თბილისი და დაბა ბიჭვინთა).
16. კანონიერი ხელისუფლების მომხრეთა მასობრივ რეპრესიებსა და ტერორიზებაში.
17. გერმანიასთან საძრახის გარიგებაში საქართველოს ინტერესების ხარჯზე.
18. იმპერიის ცენტრის დავალებით ქართველი ერის გენოციდში.

19. სამშობლოს დაღატაში.

ყოველივე ზემოთ თქმულთან დაკავშირებით მოვითხოვ თქვენგან დაუყოვნებლივ წერილობით პასუხს და ახსნა-განმარტებას. გიწვევთ ტელედებატებში (როგორც საბჭოთა კავშირის ყოფილ საგარეო საქმეთა მინისტრს და არა - როგორც არარსებული სახელმწიფო საბჭოს თავმჯდომარეს) თქვენი საგვარელი მოსკოვის ტელევიზიით, რომელიც ყოველ ნაბიჯზე ამუღანებს თქვენს მიმართ სოლიდარობას, თანადგომასა და მიკერძოებას. ტელედებატებს ექნება ტელეხიდის ხასიათი.

მზად ვარ უკან წავიღო ჩემი სიტყვები, თუ დამტკიცდება ჩემს ნათქვამში უმცირესი გაყალბება, უზუსტობა ან გადაჭარბება.”⁵³

ე. შევარდნაძემ წერილს არ უპასუხა, თუმცა არ შეუშლია ხელი მის დაბეჭდვასა და გავრცელებაში. ამით მან არ გადაუხვია აღებული გეზიდან და კვლავაც ორთქლის გამოშვების ხერხს მიჰყვა, ხოლო გამსახურდიასა და მისი მომხრეების მუდმივი იგნორირებით ახალი მმართველი მათ მარგინალიზაციას ცდილობდა. 1992 წლის 11 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებით კი, რომელიც სამხედრო საბჭომ დანიშნა, შევარდნაძის ხელისუფლების ერთგვარი ლეგიტიმაცია განხორციელდა. ის უკვე მოსახლეობის მიერ არჩეული პარლამენტის და ასევე თავდაცვის სახელმწიფო საბჭოს თავმჯდომარე გახდა. დაკარგული ტერიტორიების, წაგებული ომის 300 000-მდე დევნილის, უკიდურესად მწვავე სოციალური პრობლემების, გაყინული ხელფასებისა და პენსიების, მაღალი კრიმინალური ფონის და ა.შ. მიუხედავად, ე. შევარდნაძემ მოახერხა მოსახლეობისთვის დაემტკიცებინა, რომ ის სტაბილურობისა და კეთილდღეობის ერთადერთი გარანტია. სწორედ 1992 წლიდან 1995 წლამდე პერიოდში მან შეიმუშავა და შეცვალა კონსტიტუცია (მიუხედავად 1991-92 წლებში განვითარებული მოვლენებისა, როდესაც მაშინდელი ოპოზიციის მთავარი მოთხოვნა საპრეზიდენტო მმართველობის გაუქმება და ქვეყნის საპარლამენტო მოწყობაზე გადასვლა იყო), რის შემდეგაც საქართველოს პრეზიდენტი გახდა. იმისთვის, რომ ავაგოთ შევარდნაძისეული პროპაგანდის მოდელირებული ღერძი და ავხსნათ ის, თუ რა მეთოდებით მოახერხა მან,

⁵³ ზ. გამსახურდია გაზ. “ქართული აზრი” თბილისი. 19, აპრილი, 1992წ.

არაერთი პოლიტიკური მარცხის მიუხედავად, მოსახლეობის კეთილგანწყობის მოპოვება, საჭიროა გავაანალიზოთ ამ 3-წლიანი ციკლის მნიშვნელოვანი, გარდამტეხი მომენტები, სახელმწიფოს მეთაურის მიერ გადადგმული არაპოპულარული ნაბიჯები, რაც მედიის მეშვეობით მას მეტად პოპულარულს ხდიდა. თავად შევარდნაძე მემუარებში პარალელს ავლებს 1958 წელს მომხდარ საფრანგეთის მე-4 რესპუბლიკის კოლაფსსა და შინ დაბრუნებულ შარლ დე გოლთან. დე გოლის მსგავსად, შევარდნაძეც დაუბრუნდა დასახიჩრებულ სახელმწიფოს და დომინანტ სამხედრო ძალას. ის იძულებული იყო, სამხრეთ ოსეთში მიმდინარე პროცესებთან დაკავშირებით არაპოპულარული გადაწყვეტილებები მიეღო, რის გამოც, როგორც თავად აღნიშნავს, კინაღამ მოკლეს შეთქმულებმა. როგორც დე გოლმა, მან დაარსა ახალი რესპუბლიკა ძლიერი საპრეზიდენტო კონსტიტუციით, თუმცა ამ ყველაფერს 3 წელი დასჭირდა. ჟურნალისტი დ. გამცემლიძე მიიჩნევს, რომ ე. შევარდნაძის მთავარი მამოძრავებელი საკუთარი ხელისუფლების გამყარება იყო. *“ნებისმიერ საზოგადოებაში (მეტ-ნაკლებად - ცოტალიტარულში ან დემოკრატიულში) ხელისუფლების სიმყარე დამოკიდებულია იმაზე, რამდენად მისცემს იგი მოწინააღმდეგეთ შესაბამისი საზოგადოებრივი ატმოსფეროს - ანუ “კონცენტრირებულ სტერეოტიპთა ერთობლიობის” შექმნის საშუალებას. “დღიდან საქართველოში დაბრუნებისა ედუარდ შევარდნაძის მოქმედება სწორედ ამ პოლიტიკური იმპერატივით გახლდათ განპირობებული. თუ დავაკვირდებით, მისი ყოველი სიტყვა, საჯაროდ გაკეთებული ყოველი განცხადება, ყველა დემარში, თითოეული ნაბიჯი იქითკენაა მიმართული, რომ დაიშალოს, გაბათილდეს საწინააღმდეგო “კონცენტრირებული სტერეოტიპები” და - პირიქით, შეიქმნას დადებითი, პოზიტიური, მისთვის სასარგებლო სტერეოტიპები, რომლებიც განამტკიცებენ სტაბილურობას. ამ მომენტს შევარდნაძე ყოველთვის ითვალისწინებს. არცერთ ნაბიჯს - საგარეო თუ საშინაო პოლიტიკაში იგი არ გადადგამს პოლიტიკური ტექნოლოგიის დარღვევით, საზოგადოებაში ამა თუ იმ სტერეოტიპული წარმოდგენის შექმნის ალბათობის გაუთვალისწინებლად. ხოლო როდესაც საზოგადოება თავად იმყოფება გაურკვეველობაში, თავად ვერ გამოუმუშავებია ერთიანი მიდგომა, შევარდნაძე ხშირად საპირისპირო ნაბიჯებს*

დგამს. როდესაც იგი ატყობს, რომ საზოგადოებაში მწიფდება და კონცენტრირებული სტერეოტიპის (ანუ პოლიტიკური ფაქტორის) მნიშვნელობას იძენს, მაგალითად, ასეთი სტერეოტიპი: “შევარდნაძისთვის მზე კელავ ჩრდილოეთიდან ამოდის, შევარდნაძემ საქართველო კელავ რუსეთში დააბრუნა” იგი დაუყოვნებლივ დგამს ნაბიჯებს საპირისპირო მიმართულებით: აკეთებს სენსაციურ განცხადებებს ნატოს გაფართოებასთან დაკავშირებით; გმობს რუსეთის პოლიტიკას ბალკანეთზე; უარს აცხადებს დაესწროს მოსკოვის დაარსების 850 წლისთავთან დაკავშირებულ ზეიმს და ა.შ.⁵⁴ შევარდნაძის მმართველობის შესახებ დაწერილ ვრცელ ანალიზში ჟურნალისტის მიერ მოყვანილი ფაქტები ცხადყოფს, რომ მოსკოვიდან თბილისში დაბრუნებული სსრკ-ს ყოფილი საგარეო საქმეთა მინისტრის მოქმედება-გადაწყვეტილებები, ე.წ. დაბალანსების პოლიტიკა, არა სახელმწიფოს, არამედ საკუთარი ხელისუფლების გამყარების ინტერესებიდან გამომდინარეობდა.

აფხაზეთის კონფლიქტი

ყველაზე მძიმე ეტაპი როგორც ე. შევარდნაძის პოლიტიკურ მოღვაწეობაში, ისე საქართველოს უახლეს ისტორიაში აფხაზეთის 13-თვიანი ომია. როგორ მიმდინარეობდა უშუალოდ ომის გაშუქება ქართულ და რუსულ მედიაში, იყო თუ არა გამოყენებული საომარი პროპაგანდისტის დამახასიათებელი მეთოდები, ამას ქვემოთ განვიხილავთ. განვითარებული მოვლენებიდან გამომდინარე, პირველ ეტაპზე საინტერესოა, თუ როგორ ჩამოყალიბდა ედუარდ შევარდნაძის როგორც “გულადი გმირის” იმიჯი წაგებული ომის ფონზე. 1992 წლის 11 აგვისტოს გამართულ სახელმწიფო საბჭოს სხდომაზე, კამათის და შეხლა-შემოხლის შემდეგ, აფხაზეთში ჯარის შეყვანა გადაწყდა. შევარდნაძე ხსენებულ სხდომაზე მეტად მკაცრი იყო, რასაც სტენოგრამის ჩანაწერები მოწმობს:

“ე.შევარდნაძე -რაც უნდა მოხდეს, თბილისისა და სომხეთისკენ მიმავალი ტვირთების უსაფრთხოებაზე, გატარებაზე მთლიანად იკისრებს პასუხისმგებლობას თავდაცვის სამინისტრო. საჭიროა, ღესელიძიდან

⁵⁴ დ. გამცემლიძე, “ედუარდ შევარდნაძე-ძალაუფლების ვნება და ტექნოლოგია”, ინტერნეტჟურნალი experti.ge;

სამტრედიამდე მოეწეოს ერთი-ორი ბანაკი. ხაზს ეუხვამ, რომ ქალაქებსა და სოფლებში სამხედრო ნაწილები გამოყენებული არ იქნება. შეიძლება იყოს გარკვეული წინააღმდეგობები, მაგრამ წითელ ხაზად გასდევს ამ დოკუმენტს ზრუნვა იმაზე, რომ მოსახლეობის ინტერესები იყოს დაცული. საერთო ხელმძღვანელობა დაევალება გენერალურ შტაბს. ყველაფერი იქნება, როგორც უნდა იყოს სამხედრო უწყებაში: პროფესიულ დონეზე მომზადებული, დამუშავებული, შედგენილი გეგმები. და რაც უფრო ადრე დავიწყებთ, მით უკეთესი. ცოტა დრო დასჭირდებათ სამხედროებს, მაგრამ გუშინ ვთხოვე დაჩქარებულიყო ეს პროცესი. საქმის გადადება არ შეიძლება, არც სხვა გამოსავალი არსებობს, შეიძლება ზოგიერთმა შემახსენოს, რაც ადრე მითქვამს: ნაადრევი იყო, ისევ სირბილე და გულმოწყალება გამოვიჩინო, მაგრამ მოსახლეობაში ასეთი განწყობა არ არის. ბატონ თენგიზს ხომ არ სურს განმარტებები?”

თ. სიგუა - “თქვენ აღნიშნეთ, რომ მილიცია ვერ უზრუნველყოფს ამ ტვირთების უსაფრთხოებას, რადგან მას არ გააჩნია საშუალებები. მე ჩავიწერე თქვენი სიტყვები: “უნდა დაევალოს თავდაცვის სამინისტროს”. მე ბოდიშს ვიხდი, შეიძლება არა ვარ ამ საკითხში კომპეტენტური, მაგრამ, ვფიქრობ, რომ ეს არ არის თავდაცვის სამინისტროს ფუნქცია”.

ე. შევარდნაძე –“ მე არა ვარ სასტიკი ზომების მომხრე, მაგრამ ახლა სისუსტე, შეიძლება უფრო ძვირი დაგვიჯდეს მომავალში”⁵⁵

ჰქონდა თუ არა შევარდნაძეს სხვა პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა, რამდენად გარდაუვალი იყო შეიარაღებული დაპირისპირება, რა მოხდებოდა იმ შემთხვევაში, თუკი არა თავდაცვის სამინისტრო, არამედ თ. სიგუას წინადადებისამებრ მილიცია უზრუნველყოფდა სარკინიგზო ტვირთების უსაფრთხოებას – ეს პოლიტოლოგებისა და სამხედრო ექსპერტების ანალიზის თემაა, რომელთა ნაწილიც იყენებს რუსი სამხედრო ისტორიკოსის ვიქტორ სუვოროვის ცნობილ ფრაზას, რომ ომს ხშირად იწყებენ არა იმ მიზეზით, რომ მისი მოგების იმედი აქვთ, არამედ იმიტომ, რომ სხვა გზა არ აქვთ. ჩვენი კვლევის ფარგლებში ზემოთ მოყვანილი სტენოგრამა მეტად

⁵⁵ სახელმწიფო საბჭოს სხდომის სტენოგრამა 11 აგვისტო 1992. სსმ-ის არქივი.

მნიშვნელოვანია, რადგან ზუსტად მეორე დღეს შევარდნაძე საკუთარ გადაწყვეტილებას გაემიჯნა. მისთვის სამხედრო ავანტიურაში ჩართვა - არჩართვაზე მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი აზრი და სამომავლო პოლიტიკური ცხოვრება იყო. სახელმწიფო საბჭოს თავმჯდომარისთვის ცხადი იყო, რომ ქვეყანა ამ დაპირისპირებაში დამარცხდებოდა და მას არ სურდა წაგებული ომის წამოწყების ინიციატორი ყოფილიყო. 1992 წლის 13 აგვისტოს თბილისში აფხაზეთში ჯარის შეყვანის მხარდამჭერი მრავალათასიანი მიტინგი გაიმართა, სადაც სიტყვით გამოსვლისას თენგიზ სიგუამ განაცხადა, რომ: *“გუშინ ედუარდ შევარდნაძემ მითხრა, - უნდა გადავდგო. მე ვუთხარი, - ეს იქნება ღალატი-მეთქი.”* ამით შევარდნაძემ კიდევ ერთხელ დააფიქსირა, რომ ემიჯნება შეიარაღებული დაპირისპირების დაწყებას. იმ დღიდან როგორც მისი მმართველობის, ისე უკვე 2003 წლის შემდგომ პერიოდში, შევარდნაძე შეფარულად თუ პირდაპირ არაერთ ინტერვიუში აცხადებდა, რომ ომი თ. კიტოვანმა წამოიწყო. საპირისპიროს ამტკიცებს თავდაცვის ყოფილი მინისტრი, თუმცა ფაქტია, რომ საბჭოს გადაწყვეტილების მიმღები ოთხეულიდან არცერთმა არ გამოიყენა კანონით მინიჭებული უფლება (სახელმწიფო საბჭოს პრეზიდენტის ოთხეულის თითოეულ წევრს გადაწყვეტილებაზე ვეტოს დადების უფლება ჰქონდა) და გადაწყვეტილებას ვეტო არ დაადო.

1992 წლის 14 აგვისტოს, დილის შვიდ საათზე, საქართველოს შინაგანი ჯარების კოლონამ ზუგდიდი-გაღის ადმინისტრაციული საზღვარი გადაკვეთა. პირველივე დღეს (ანუ 14 აგვისტოს) მხევრპლი ორივე მხრიდან 50-ს აღწევს. თავდაპირველად რუსეთი “კონფლოქტში” შეიარაღებით არ ჩართულა, თუმცა 14 აგვისტოსვე რუსული საინფორმაციო საშუალებებით დაიწყო ანტიქართული პროპაგანდა. ტელეკომპანია РТР-ის კორესპონდენტი (სოხუმიდან): *„Примирение уже невозможно после того, что произошло. А России надо действовать очень осторожно, чтоб не потерять свои козыри“*. “Независимая газета” კი კონფედერაციის პრეზიდენტის მუსა შანიბოვის სიტყვებს აქვეყნებს: *“Если нам не будут мешать, мы слоим хребет грузинскому фашизму”*. რუსეთის პრეზიდენტი ბორის ელცინი კი აცხადებს: *“Мы убеждены в необходимости вывода гвардии из абхазии”*. მისი თქმით, საფრთხე შეექმნა სტაბილურობას უზარმაზარ,

მრავალეროვან რეგიონში. რუსი ჟურნალისტები კითხვის ფორმულირებისას მხარედ წარმოიჩენას აღარ ერიდებიან. მაგალითისთვის: რუსი ჟურნალისტი ეკითხება ელცინს: *“ედუარდ შევარდნაძეს, რომელიც თეთრი სახლის დაცვისას ჩვენთან იყო, ახლა უკვე ხელები სისხლში აქვს მოსვრილი - რა შეგვიძლია გავაკეთოთ მოძმე აფხაზი ხალხისთვის?”* აფხაზთა მცირე ჯგუფი დემონსტრაციას მართავს გაშინგტონში, თეთრ სახლთან. მოვლენას იმავე საღამოს ფართოდ აშუქებს რუსეთის ცენტრალური ტელევიზია. გაზეთი “Аргументы и факты” წერს: *“სოხუმის მაიმუნთაშენში მაიმუნებს შიძის ვირუსი აღმოაჩნდათ - ამბობენ ქართველებმა გადასდესო”*. რუსეთის პირველი არხის ეთერში გადის ცნობილი რუსი ჟურნალისტის ლეონიდ პარფიონოვის გადაცემა ციკლიდან “Портрет на фоне”, სადაც პროცესები და ისტორია ტენდენციურადაა გაშუქებული. ცალმხრივი გაშუქების გარდა, რუსული მედია პროპაგანდისტული მიზნის მისაღწევად კონკრეტულ სიუჟეტებსაც დგამს. აფხაზი ჟურნალისტი იზიდა ჭანია, წინასწარ შემუშავებული გეგმის შესაბამისად, ეროვნული გვარდიის აფხაზეთში შესვლიდან ერთ კვირაში, ერთ-ერთ სოფელში დაიმაღლა. აფხაზურმა წყაროებმა კი გაავრცელეს ინფორმაცია, თითქოს ჭანია ქართველმა გვარდიელებმა დაატყვევეს. *“Сухумская журналистка исчезла в разберихе грузино-абхазского конфликта.”* ასეთი სათაურით აქვეყნებს სტატიას “ნეზავისიმია გაზეტა” 1992 წლის 26 აგვისტოს. *“Корреспондент абхазского телевидения Кристиан Бжания передал призыв абхазских коллег ко всем журналистам, сделать все возможное для того, чтобы выяснить местонахождение сухумской журналистки Изиды Чания. Абхазские журналисты требуют, чтобы грузинские вооруженные формирования и власти освободили Чанию из-под стражи. Как предполагают в пресс-центре абхазского парламента, Изиду Чанию могли увезти в Тбилиси”*.⁵⁶ ისტორია გაუჩინარებული ჟურნალისტის შესახებ რუსულმა მედიამ აიტაცა. როგორც რუსული სამაუწყებლო და ბეჭდური მედიის, ისე სააგენტოების მიერ გავრცელებულ ამ ე.წ. სატყუარას, დასავლური მედიაც წამოეგო და დატყვევებული ჟურნალისტის შესახებ ინფორმაცია გაავრცელა. მას შემდეგ კი, რაც ახალმა ამბავმა თავისი როლი შეასრულა და დატყვევების ისტორიამ

⁵⁶ Газета “Известия”. 26, августа 1992.

აქტუალობა დაკარგა, ჭანია გამოჩნდა, თუმცა მისი “დაბრუნების” შესახებ რუსულ მედიას აღარ უსაუბრია. რუსული ტელეარხებით ყოველდღიურად შეუნიღბავი პროპაგანდა მიმდინარეობდა. ამუშავებული იყო ყველა შესაძლო პროპაგანდისტული ხერხი, რაც მეთოდურად აყალიბებდა შთაბეჭდილებას, რომ ქართველები უდანაშაულო აფხაზებს, მშვიდობიან მოქალაქეებს ხოცავენ. ამის ნათელი მაგალითია თითქმის ყველა რეპორტაჟი, რაც იმ პერიოდში რუსეთის სამაუწყებლო მედიით გადაიცემოდა. მაგალითისთვის (6 ოქტომბერი, 1992), რუსეთის პირველი არხის საინფორმაციო პროგრამაში გასული სიუჟეტის წარდგენისას (საგულისხმოა, რომ იმ კონკრეტულ დღეს განსაკუთრებული არაფერი მომხდარა, ეს იყო მორიგი რეპორტაჟი ცხელი წერტილიდან) წამყვანი თურქმენეთში მომხდარი მიწისძვრის შემდეგ გადადის აფხაზეთის საკითხზე ტექსტით: *“აფხაზეთში კი ხალხი ბოლო დღეების განმავლობაში იღუპება არა სტიქიური უბედურების გამო, არამედ სხვა ადამიანების ხელით. შურისძიება ასევე სტიქიური უბედურებაა”*.⁵⁷ რუსული პროპაგანდისტული მანქანის პირველი ეტაპი მტრის ხატის შექმნა იყო. ამას გარდა, პირველ ეტაპზე სეპარატისტთა უმთავრესი თეზისი, რასაც რუსული მედია ტირაჟირებდა, იყო ის, რომ აფხაზების თქმით, ისინი უკანონო სახელმწიფო საბჭოს ჯარებს ებრძვიან. ამით რუსული მხარე ცდილობდა, ბრძოლაში ზ. გამსახურდიას მომხრეები არ ჩართულიყვნენ. პირველ ეტაპზე რუსული პროპაგანდისტული მანქანის მიერ დასმული აქცენტებით იქმნებოდა ილუზია, თითქოს აფხაზებიც “ხუნტას” ებრძვიან. მოგვიანებით რუსული მედია საქართველოს წინააღმდეგ ბრძოლის მოტივაციის ამაღლებაზე მუშაობდა. მაგალითისთვის: რუსი ჟურნალისტის ა. ლუბუმოვის გადაცემაში “წითელი კვადრატი” სტუმრად არძინბას სეპარატისტული ხელისუფლების გენერალური პროკურორი ანრი ჯერგენია ჰყავდა, რომელსაც ავტორი ეკითხება: *“რუს მოხალისე ოფიცრებს, რომლებიც აფხაზეთში ჩამოვლენ და თქვენ მხარეს იომებენ, ექნებათ თუ არა საშუალება შემდეგ აფხაზეთში დარჩნენ? რა თქმა უნდა,”* – პასუხობს ჯერგენია. ეს “სარეკლამო” დიალოგი იმართება მაშინ, როდესაც რუსული არმიის შემადგენლობას უკიდურესად უჭირს და თავად რუსეთის ხელისუფლებას არ

⁵⁷ Новости 1 канал Останкино 1992г. <https://www.youtube.com/watch?v=04WYtqwp3DA>

აქვს საშუალება, სამხედროთა სოციალურ-კომუნალური საკითხები მოაგვაროს. მაშინ კი, როდესაც ქართველები მშობლიურ სახლებს ტოვებდნენ და იძულებულნი იყვნენ ადღერთან რუსეთ-საქართველოს საზღვარი გადაეკვეთათ, რუსული მედიის მიერ მათ “ბოევიკებად” მოიხსენიებდნენ. პროპაგანდისტულ მანქანას არა მხოლოდ საზოგადოებრიობის აზრის მართვის ბერკეტი, არამედ კონკრეტულ გადაწყვეტილებებზე ზეწოლის მოხდენა შეეძლო. სწორედ რუსული მედიის მხრიდან განხორციელებული წნეხის გამო, საქართველოს ხელისუფლება იძულებული იყო სხადასხვა ტიპის შეთანხმებებზე მოეწერა ხელი მიუხედავად იმისა, რომ მეორე მხარე მას ყოველთვის არღვევდა. საქართველოს მთავრობის მიერ ე.წ. სამშვიდობო ხელშეკრულებებზე უარის თქმა წარმატებით იქნებოდა გამოყენებული ქვეყნის წინააღმდეგ იმის დასადასტურებლად, რომ საქართველოს არ სურს კონფლიქტის მშვიდობიანად გადაწყვეტა და მათი მთავარი მიზანი აფხაზი ხალხის გენოციდია. არა მხოლოდ ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, არამედ ზოგადად, საინფორმაციო ომის წარმოებისას რუსული მედია ერთსულოვანია და სახელმწიფოს სტრატეგიული ინტერესებიდან გამომდინარე, კოორდინირებულად მოქმედებს. სიუჟეტები ტელეკომპანიის საკუთარ ან სპეციალურ კორესპონდენტთა მიერ მზადდება, თუმცა ძირითადი ინფორმაცია და წამყვანთა საკადრო ტექსტები ორ დიდ საინფორმაციო სააგენტოზე – “ინტერფაქსსა” და “იტარ-ტასზე” - დაყრდნობით, შესაძლოა ითქვას, “გაფილტვრის” შემდეგ ვრცელდება. მოსკოვის მიერ წარმოებულ ანტიქართულ კამპანიას, ხშირ შემთხვევაში, არარსებულ ფაქტებზე მძლავრი ემოციური რეზონანსის გამოწვევას და მიზანმიმართულად ფართო საზოგადოების დამუშავებას ქართული მედია ვერაფრით პასუხობდა. 1992-93წლებში საქართველო საინფორმაციო ომს, - რაც თანამედროვე მსოფლიოში, შედეგის, ან ყველაზე მცირე მსოფლიო საზოგადოებისა და, შესაბამისად, დემოკრატიულ ფასეულობათა დამცველი პოლიტიკური ცენტრების განწყობის განმსაზღვრელი ხდება (რადგან როგორც კვლევის პირველ თავში აღვნიშნეთ, დემოკრატიულ სახელმწიფოებში სწორედ საზოგადოების განწყობა აისახება პოლიტიკოსთა გადაწყვეტილებებზე), პრაქტიკულად არ აწარმოებდა. ის, რომ საქართველოს არ ჰქონდა შემუშავებული საინფორმაციო ომის წარმოების ტაქტიკა და სტრატეგია,

ამას მოწმობს როგორც ქართული სარდლობის, ისე მთავრობის წარმომადგენლების მიერ გაკეთებული გულწრფელი, გულანთებული, თუმცა – ამავედროულად - უპასუხისმგებლო განცხადებები. ამის ერთ-ერთი ყველაზე ნათელი მაგალითი გენერალ გია ყარყარაშვილის სატელევიზიო გამოსვლაა, რომელიც სოხუმის ტელევიზიით პირდაპირ ეთერში გადაიცა. მან მოსახლეობას რუსულ ენაზე მიმართა და განაცხადა: *“Если даже погибнут 100 тысяч Грузинов, то погибнут все 97 тысяч Абхазов”*⁵⁸. ბუნებრივია, ეს ფრაზა მოწინააღმდეგე მხარეს არ გამორჩენია. გ. ყარყარაშვილის სიტყვები რუსულმა მედია იმის დასტურად აქცია, რომ ქართველებს ყველა აფხაზის ამოწყვეტა სურს. მტკიცებულების საფუძველზე რუსული მედია მსოფლო საზოგადოებას სთხოვდა, კონფლიქტის შეფასებისას სწორედ ეს ასპექტი გაეთვალისწინებინა. 1992 წლიდან დღემდე, როდესაც სეპარატისტული ხელისუფლება საუბრობს ომის შესახებ, ისინი საქართველოს აფხაზთა გენოციდში სდებენ ბრალს და არგუმენტის გასამყარებლად სწორედ ეს სიტყვები მოჰყავთ. გ. ყარყარაშვილის ამ გამოსვლას რუსული ტელევიზიების მიერ მომზადებულ თითქმის ყველა ვრცელ ანალიტიკურ სიუჟეტში ნახავთ. ასევე, ის აფხაზეთის ომის შესახებ გაკეთებული რუსულენოვანი დოკუმენტური ფილმების ამოსავალი წერტილი ან კულმინაციაა. ეს ფაქტი იმის ნათელი მაგალითია, რომ ქართველ საველე მეთაურებს არ ჰქონდათ გააზრებული, რომ შეიარაღებული დაპირისპირების პარალელურად საინფორმაციო ომიც მიმდინარეობდა. მსგავსი განცხადებები, რასაც ქართული მხარე ანტირუსული, ანტიაფხაზური მედიაკამპანიისთვის გამოიყენებდა, საპირისპირო მხარეს არ უთქვამს, ან არ არის დაფიქსირებული. საქართველოს ხელისუფლება არათუ მასშტაბურ საინფორმაციო ომს არ აწარმოებდა, ის ომის მოტივაციაში არც საკუთარი მოსახლეობის დარწმუნებას ცდილობდა. რა თქმა უნდა, ქართული მასმედია აშუქებდა ომის მიმდინარეობას. ეთერით გადაიცემოდა სხადასხვა მოღვაწისა თუ პოლიტიკოსის პატრიოტული გამოსვლები. პრესაში იბეჭდებოდა ვრცელი ისტორიული ექსკურსები იმის დასადასტურებლად, რომ აფხაზეთი საქართველოა, თუმცა ეს ყოველივე ერთიან მედიასტრატეგიაში არ იყო მოყვანილი. პატრიოტული და არა სტრატეგიულად

⁵⁸ Документальный фильм “Абхазская трагедия” <https://www.youtube.com/watch?v=Qk2tw8iMduA>

მნიშვნელოვანი განცხადებები, დისკუსიები თუ გამოსვლები სტიქიურად ვრცელდებოდა. არ არსებობდა ერთი მიზანი და ერთი მიმართულება. ამის ნათელი მაგალითია ჯაბა იოსელიანის კამათი ოჩამჩირეში მეგრულ გლეხთან, რაც ტელევიზიითაც გადაიცა, რა დროსაც ერთ-ერთი მთავარი “მეომარი” და მხედრიონის ლიდერი ამბობს, რომ *“თქვენ თქვენივე სოფლების დაცვა არ გინდათ და თბილისელმა ბიჭებმა რატომ უნდა მოიკლან თავი?, აფხაზები მუშაობენ, ვაჟკაცურად იბრძვიან, რადგან სამშობლოს იცავენ.”*⁵⁹ ეს არ იყო ე.წ. თვითკრიტიკის ერთეული შემთხვევა ომის პერიოდში. 1992 წელს ქართული საზოგადოების გარკვეულ ნაწილში ჩამოყალიბდა სტერეოტიპი, რომ აფხაზები, მართალია, სასტიკნი და დაუნდობლები, თუმცა იმავდროულად გულადი სულის მქონე მებრძოლენი არიან, რომლებიც საკუთარ “სამშობლოს” იცავენ. ომის მიმდინარეობისას მოსახლეობას, რომელიც მოვლენების განვითარებას სამაუწყებლო მედიის საშუალებით აკვირდებოდა, ხშირ შემთხვევაში, მებრძოლთა არათუ არაპროპაგანდისტული და გაუთვლელი, არამედ არასერიოზული დამოკიდებულება ესმოდა. ცხელ წერტილში მყოფი ჯაბა იოსელიანი კამერების წინ ღიმილით ამბობს: *“მიმდინარეობს საქართველოს მთლიანობის ჩამოყალიბების პროცესი. პროცესი რა არის? – ხან წააგებ, ხან მოიგებ”*⁶⁰. ომში ჩართული ქვეყნის ერთ-ერთი ლიდერის ასეთი ტიპის განცხადებები, ბუნებრივია, საბრძოლო სულის ამაღლებას ხელს ვერ შეუწყობს. სწორედ ამიტომ, აფხაზეთის ომის დროს, თბილისში, განსაკუთრებით ომის საწყის პერიოდში, დევნილების ჩამოსვლამდე, არ იგრძნობოდა, რომ ქვეყანა სამკვდრო-სასიცოცხლო ომს აწარმოებს. მეტიც, ხელისუფლებამ რეკრუტირების გამოცხადებაც ვერ გაბედა და ომში მხოლოდ მოხალისეები მიდიოდნენ. ომის მიმდინარეობისას ქართული მედიის მიერ ასევე არასწორად იყო დასმული აქცენტები იმის შესახებ, ვის ებრძვის ქვეყანა. იმ დროს, როდესაც მეტოქემ როგორც შეიარაღებული, ასევე მძლავრი საინფორმაციო ომი დაიწყო, საქართველოს მასმედია არათუ შეეცადა, დაუნდობელი მტრის ხატი შეექმნა, რაც საომარი მოქმედებებისას პირველი ნაბიჯი უნდა იყოს, არამედ ისიც კი არ ჰქონდა განსაზღვრული, თუ ვინ არის მტერი. თანდათანობით კი ქართული

⁵⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=tP50MnPY2Hc>

⁶⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=xQO72mhimgI>

მედიის საშუალებით ყალიბდება მცდარი სტერეოტიპი ჩვენ მებრძოლთა შესახებ. თუმცა, ჩვენები არ ყოფილან ყველაზე დიდი ჯგუფი აფხაზეთში მებრძოლთა შორის. ყველაზე მრავალრიცხოვანნი იყვნენ ადიღელ ხალხთა წარმომადგენლები (ჩერქეზები, საკუთრივ ადიღელები და ყაბარდოელები), შემდეგ კაზაკები და მხოლოდ მათ შემდეგ - ჩვენები. იმ პერიოდში არსებული რეალობიდან გამომდინარე, როდესაც აშკარა იყო, რომ დაპირისპირების მეორე მხარეს რუსეთი იდგა, ქართული მედია მთავარ მოსისხლე მტრად ჩვენებს წარმოაჩენს. რამდენად გააზრებული, გათვლილი იყო ანტიჩენური კამპანია მაშინ, როდესაც რუსეთის სახით ქვეყანას გაცილებით დიდი და საშიში მტერი ჰყავდა, რთული სათქმელია. ცალსახად იმის მტკიცება, რომ ეს მთავრობის მიერ შემუშავებული მედიასტრატეგია იყო, ფაქტობრივად არ დასტურდება, თუმცა ვარაუდის დონეზე დასაშვებია, რომ შესაძლოა, ქართული მედიის მიერ ერთ-ერთ მთავარ მტრად ჩვენების გამოვლინება მიზანმიმართულიც იყო, რადგან იმ პერიოდში ახალი ხელისუფლების მტერი – ზ. გამსახურდია სწორედ ჩვენებში იმყოფებოდა. მედიის მიერ შექმნილი სურათი კი ქართულ საზოგადოებაში მის დისკრედიტაციას იწვევდა და უქმნიდა შთაბეჭდილებას, რომ გამსახურდია არა მხოლოდ დიქტატორი იყო, არამედ სამშობლოს ინტერესების საწინააღმდეგოდ მოქმედებდა. ასევე შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ ასეთი ტიპის კამპანია არა სახელმწიფო მოთხოვნა, არამედ თავად ჟურნალისტთა ერთგვარი შურისძიება იყო ზ. გამსახურდიასა და მისი მომხრეების მიმართ, რადგან როგორც ზემოთ (მ. არეშიძის ინტერვიუზე დაყრდნობით) აღვნიშნეთ, ჟურნალისტთა დიდი ნაწილი მიიჩნევდა, რომ გამსახურდიას ხელისუფლების წინააღმდეგ ბრძოლაში არა ჟურნალისტები, ან თუნდაც - რიგითი ჯარისკაცები, არამედ ოფიცრები იყვნენ. სწორედ აქედან გამომდინარე, შესაძლოა დავუშვათ, რომ ზემოხსენებული კამპანია მხოლოდ ჟურნალისტთა მიერ იყო ინიცირებული. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, არ არის გამორიცხული, რომ მედიით შექმნილი სურათი არ ატარებდა კამპანიის ხასიათს და დაბნეულმა ჟურნალისტებმა, რომელთაც არ ჰქონდათ საკმარისი კვალიფიკაცია იმისთვის, რომ შეიარაღებული დაპირისპირების გაშუქების პარალელურად საინფორმაციო ომი ეწარმოებინათ, ვერ განსაზღვრეს სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი აქცენტები და მტრის ხატად

დაქირავებული მებრძოლები წარმოაჩინეს. სამივე შემთხვევაში, არ აქვს მნიშვნელობა, რამდენად გააზრებული იყო მედიაკამპანია, ფაქტია, რომ საქართველოს მედია არათუ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, საკუთარი მოსახლეობისთვისაც კი ვერ საზღვრავდა “სწორ” მიმართულებას.

1993 წლის 27 სექტემბერს სოხუმი დაეცა. 30 სექტემბერს კი აფხაზეთის ტერიტორია სეპარატისტებმა სრულად დაიკავეს. ომის ბოლო დღეებში შევარდნაძე აფხაზეთში იმყოფებოდა, რითიც საქართველოს მოსახლეობის დიდი ნაწილის სიმპათია დაიმსახურა. 1993 წლის 18 სექტემბერს პირველი არხის ეთერით დიქტორი კითხულობს ედუარდ შევარდნაძის მიმართვას, ერთგვარ საეტაპო სიტყვას. ტექსტი ასევე უცვლელად იბეჭდება პრესაში: *“შოგმართავთ თქვენ ალყაში მოქცეული სოხუმიდან და აღარც კი ვიცით, მოაღწევს თუ არა ჩემი სიტყვები თქვენამდე. ბრძოლები ახლა რამდენიმე უბანში მიმდინარეობს იმ შენობიდან, რომელშიც ჩემს მეგობრებთან ერთად ვიმყოფები. რაც უნდა მოხდეს, მაინც არ დაგტოვებ ქალაქს, რომელიც კვლავ ხდება მოტყუებისა და ვერაგობის მსხვერპლი. არ მივატოვებ სოხუმელებს, ტანჯვა და უუფლებობა რომ არ გუნა ბედმა საკუთარ ქალაქში, რომელიც უხეში, არაადამიანური ძალის წინაშე ბედის ანაბარა არის დატოვებული. ეს ძალა პირდაპირ საცხოვრებელ უბნებს ბომბავს. ორი განვლილი დღის მანძილზე აქ დაიღუპა 40 და მძიმედ დაიჭრა 253 მშვიდობიანი მცხოვრები. სულ კი ამ ომის დროს დახოცილია 2.081 და მძიმედ არის დაჭრილი 5.802 კაცი.*

უკვე მერამდენედ ვეკითხები საკუთარ თავს, რა ხდება? რისთვის ხდება ყოველივე?

გუდაუთის ლიდერები ამბობენ, რომ იბრძვიან თავისუფლებისთვის, მშობლიურ მიწაზე ცხოვრების უფლების მოსაპოვებლად, მაგრამ ასეთივე თავისუფლება სწყურია და ასეთივე უფლებების მოპოვებას ცდილობს 240 ათასი ქართველი, რომელთაც საუკუნეთა მანძილზე გაუდგამთ ფესვები აქაურ მიწაზე. ეს მიწა საერთო აკვანია ქართველებისთვისაც და აფხაზებისთვისაც.

ჩვენ აქედან არავის გაძევებას არ ვაპირებთ, მაშინ როცა გუდაუთის დაჯგუფების მფარველთა დანაშაულებრივმა ნებამ განდევნა და გააძევა 150 ათასი ქართველი, რომლებიც ახლა ავადმყოფობითა და შიმშილით იხოცებიან

რუსეთისა და საქართველოს ქალაქებში, მათთან ერთად ათასობით აფხაზი, რუსი, სომეხი აღმოჩნდა აყრილი საკუთარი კერიდან.

ჩვენ არც არავის დაპყრობა განგვიზრახავს - განა შეიძლება საკუთარ მოქალაქეთა დაპყრობა და ოკუპირება საკუთარი მიწისა, რომელიც ჩვენი უძველესი კულტურისა და სახელმწიფოებრიობის კერაა? ჩვენ მხოლოდ რესპუბლიკის სუვერენიტეტის და მართვის სასიცოცხლო არტერიების დაცვას ვცდილობთ, გვსურდა, ბოლო მოღებოდა დივერსიასა და ტერორს, და ეს გაგვეკეთებინა ჩვენს აფხაზ თანამოქალაქეებთან ერთად და მათი თანხმობით, აფხაზთა ბანდების ბელადებმა ყველაფერი იცოდნენ. მათ კარგად უწყოდნენ ყოველივე, რომ ავტონომიური რესპუბლიკის ტერიტორიას ბანდიტები, მოძალადეები, ტერორისტები იყენებდნენ საქართველოს რესპუბლიკის წინააღმდეგ ძირგამომთხრელ ქმედებათა ჩასადენად, მაგრამ ითმენდნენ ყოველივეს და განსაზღვრული ჰქონდათ, ეს კოზირი თავისი ინტერესებისთვის გაეთამაშებინათ.

ეს მათ შეძლეს კიდევ და მოახერხეს რუსეთისა და ჩვენი ქვეყნის იმ ძალების უშუალო მხარდაჭერით, და თანამონაწილეობით, რომლებსაც საქართველოს დანაწევრება ჰქონდათ განზრახული. ახლა, როცა ანტიხალხური ძალების მოქმედება თვით საქართველოშიც ერთ ნაკადად შეიკრა, სოჭის ხელშეკრულების, როგორც გუდაუთაში ამბობენ, „სპონტანური“ ძირის გამოთხრა, რუსეთის ზოგიერთი უმაღლესი ჩინის სამხედროთა მოქმედება და რუსეთის პარლამენტის პოლიტიკა ჩვენ გვაძლევს უფლებას ვამტკიცოთ, რომ კარგად კოორდინირებულ და სინქრონიზებულ ერთობლივ შემოტევასთან გვაქვს საქმე. მე მინდა მსოფლიომ შეიგნოს: აფხაზეთი იმპერიის სისხლიანი რევანშის საბრძოლო ველია, "შეორე აგვისტოა", იმ დენტის კასრია, რომლის მეშვეობითაც არა მარტო შევარდნაძის საქართველო სურთ ააფეთქონ, არამედ ელცინის რუსეთიც.

ამჟამინდელი ჯოჯოხეთის წინაშე ყველა მოვლენა ერთ ლოგიკურ ჯაჭვად ლაგდება. 1992 წლის 3 სექტემბერს ჩვენ მოსკოვში ხელი მოვაწერეთ შემაჯამებელ დოკუმენტს. ჯერ ქაღალდს მელანი არ შემორობდა, რომ ეს დოკუმენტი დაქირავებულთა ჩექმებით გათელეს, რომლებმაც უიარაღო გაგრა

შტურმით აიღეს. 1993 წლის 14 მაისს დავთქვით: შეგვეწყვიტა ცეცხლი, მაგრამ სოხუმი კვლავ შეტევის ობიექტი გახდა როგორც ხმელეთიდან, ისე ზღვიდან და ჰაერიდან, ოჩამჩირის რაიონში კი თავით ფეხებამდე შეიარაღებული დესანტი გადმოსხეს და ქალაქი ბლოკადაში მოექცა. დაბოლოს, უკვე მესამედ, ვენდეთ რა რუსეთის სამშვიდობო მისიას, მის, როგორც გარანტიისა და შუამავლის როლს, დავდეთ 1993 წლის 27 ივლისს შეთანხმება და პასუხად კვლავ ღალატი მივიღეთ. ...კვლავ აქუხდნენ ქვემეხები, რომლებიც, შეთანხმების შესაბამისად, უნდა გაეზიდათ, აგუგუნდა საბრძოლო ტექნიკის ძრავები, რომლებიც განკომპლექტებული უნდა ყოფილიყო, შეტევაზე გადმოვიდნენ ბოვეიკები, რომლებიც თითქოს განიარაღებული ჰყავდათ, და ჩვენ მხოლოდ ისღა დაგვრჩენია, ვთქვათ, რომ ხელშეკრულების შესრულების გარანტმა მხარემ ან არ ისურვა, ან ვერ შეძლო ყოფილიყო გარანტი.

უშედეგო აღმოჩნდა ჩვენი მოლაპარაკება რუსეთის თავდაცვის მინისტრთან - გენერალ გრაჩოვთან. თავისთავად კონსტრუქციული მოლაპარაკება იმავე დღეს დეზავუირებული იყო რუსეთის თავდაცვის მინისტრის ზოგიერთი ხელქვეითის განცხადებებითა და რუსეთის პარლამენტის გადაწყვეტილებით.

არავითარი დადებითი შედეგი არ მოუტანია, ჯერჯერობით, გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის უშიშროების საბჭოს რეზოლუციას და მისი გენერალური მდივნის არაერთგზის მტკიცე განცხადებებს.

ეჭვი არ მეპარება, რომ რუსეთის პრეზიდენტს გულწრფელად სურს, ხელი შეუწეოს კონფლიქტის მოწესრიგებას, მაგრამ მას ამაში ხელს უშლის იგივე ძალა, რომელსაც ჩვენი გასრესა სურს.

და მაინც, მე კვლავ მივმართავ ბორის ნიკოლოზის ძე ელცინს, გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის უშიშროების საბჭოსა და ბატონ ბუტროს გალის, მთელ პროგრესულ დემოკრატიულ რუსეთს, მთელ მსოფლიო გაერთიანებას მოწოდებით: ნუ დაუშვებთ საზარელ დანაშაულს, შეაჩერეთ პატარა ქვეყნის დასჯა, იხსენით ჩემი სამშობლო და ჩემი ხალხი იმპერიული რეაქციის კოცონზე დაწვისგან. მსოფლიოს უფლება არა აქვს, შეურიგდეს ერთ-

ერთი უძველესი ხალხის, დიდი კულტურის შემოქმედისა და მაღალი სულიერი ტრადიციების ქვეყნის მოსპობას.

პატივცემულო ბორის ნიკოლოზის ძევ, თქვენ ბევრი რამ გააკეთეთ საქართველოსთვის მისთვის უმძიმესი განსაცდელის ჟამს. იქნებ, დადგა დრო, აშკარად თქვათ მის დასაცავად ვაჟკაცური სიტყვა. სიტყვა თქვენი რუსეთის დასაცავად, რადგან ისტორიულად ჩვენი ხალხები მუდამ ერთ ბედს იზიარებდნენ.

იმედს ვამყარებ მეგობარი უკრაინელი ხალხის, მისი პრეზიდენტის დახმარებაზე, რომელთანაც ხელი მოვაწერეთ ხელშეკრულებას ურთიერთდახმარების შესახებ. ასევე იმედს ვამყარებ ყოფილი საბჭოთა კავშირის ხალხებისა და რესპუბლიკების, ჩვენი ისტორიული მეზობლების - სომხეთის, აზერბაიჯანის, თურქეთის, ირანის სოლიდარობაზე. ველი დახმარებას ჩვენი დასავლელი მეგობრებისაგან.

მაღლობას მოვახსენებ ყველას, ვინც კეთილი და ძლიერი ხელი გამოუწოდა და გამოუწვდის საქართველოს, რომელსაც არარსებობის უფსკრულისაკენ უბიძგებენ.

როცა „ცივი ომის“ დამთავრებას ვესწრაფოდი, ძირს ვურყევდი გათიშვისა და გაუცხოების კედლებს, მე ვიბრძოდი ყველა ხალხის თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობისთვის, აზრდაც არ მქონია, რომ კაცობრიობის არსებობისთვის მთავარი საფრთხის თავიდან აცილების შემდეგ სწორედ ჩემს სამშობლოს დაუდგებოდა შავბნელი განთიადი.

იქნებ ვინმემ თქვას, რომ ეს სასოწარკვეთის ამოძახილია, არა! თუ ეს მაინც ამოძახილია, ეს არის სულის, ჩემი და ჩემი ხალხის ამოძახილი და მინდა, რომ ეს ყველამ გაიგონოს, რადგან კაცობრიობა ბედნიერი ვერ იქნება, მშვიდად ვერ ისარგებლებს მშვიდობის სიკეთით, სანამ დაღუპვა ელის თუნდაც ერთს, დაე, ყველაზე მცირერიცხოვან ხალხს.

ამას ვწერ ღამის 3 საათზე. ქალაქს თავს ატყდება ჭურვები, დანგრეულია 1500 საცხოვრებელი სახლი. არ არის წყალი, პური, შუქი, და იფერფლება იმედი. სროლა გრძელდება. ეს-ეს არის რამდენიმე ჭურვი დაეცა სამშობლიარო სახლს, სადაც ძუძუმწოვარა ბავშვები და მათი დედები იყვნენ.

არ გემშვიდობებით, გამომშვიდობება არ მინდა. დაე, ღმერთმა არ მოგაკლოთ მშვიდობა და ბედნიერება.

ედუარდ შევარდნაძე. სოხუმი⁶¹.

საქართველოს პარლამენტის თავმჯდომარემ, მართლაც, ერთ-ერთმა ბოლომ - 27 სექტემბერს დატოვა სოხუმი. მისი ეს ნაბიჯი ქართულმა მედიამ სათანადოდ დააფასა და ყველა ქართული მედიასაშუალება დეტალურად ჰყვებოდა, თუ როგორ დარჩა ე. შევარდნაძე - სიცოცხლის რისკის ფასად, ბოლო დღემდე, სოხუმში. როგორ ჰქონდა დამიზნებული თვითმფრინავს სითბური ჭურვები და როგორ სასწაულებრივ ჩამოაღწია უვნებლად თბილისამდე. ასე შეიქმნა, მართალია წაგებული ომის, მაგრამ მაინც გამირის სიმბოლო.

სტაბილურობიდან კეთილდღეობამდე

აფხაზეთში მიმდინარე პროცესების პარალელურად შევარდნაძის ხელისუფლების ლეგიტიმაციისა და გამყარების პროცესი იწყება. “11 ოქტომბერს გამოჩნდება, რა გზას აირჩევს საქართველო” - ასეთი იყო კლიპის “სლოგანი”, რომელიც მოსახლეობას არჩევნებზე წასვლას მოუწოდებდა. სამაუწყებლო მედიით დღეში რამდენჯერმე ნახვენებ წინასაარჩევნო რგოლს მხოლოდ ერთი მიზანი ჰქონდა – მიეწოდებინა ინფორმაცია კონკრეტული თარიღის შესახებ. სხვა დატვირთვა და პრეტენზია ხსენებულ კლიპს არ ჰქონია. აქ არ ყოფილა გაკეთებული აქცენტი, მინიშნება რომელიმე პოლიტიკურ ძალაზე. ხელისუფლებისთვის უმთავრესი პრიორიტეტი თვით ფაქტი – არჩევნები იყო, ხოლო შედეგი შეიარაღებული გადატრიალებით მოსული ხელისუფლებისთვის ისედაც ცხადი გახლდათ. 1992 წლის 11 ოქტომბრის არჩევნებით მოხდა ხელისუფლების ლეგიტიმაცია. შემუშავებული საარჩევნო კოდექსის მიხედვით საარჩევნო ბარიერი 2% იყო. შესაბამისად, პარლამენტში 24 პარტია შევიდა, რამაც ქუჩის ოპოზიციის არსებობის საშიშროება მინიმუმამდე დაიყვანა. ედუარდ შევარდნაძე პირდაპირი კენჭისყრით პარლამენტის თავმჯდომარედ აირჩიეს. პარლამენტში ჩამოყალიბდა უმრავლესობა, რომელიც შევარდნაძის

⁶¹ ე. შევარდნაძე, მიმართვა, 18 სექტემბერი გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“ 207(735), 1993წ.

მხარდამჭერებს აერთიანებდა. მას მხარს უჭერდა ბლოკი “მშვიდობა”, რომელშიც რამდენიმე, თვისებრივად განსხვავებული საფუძვლის მქონე პოლიტიკური ძალა გაერთიანდა. მაგალითისთვის: ავთანდილ მარგიანის მიერ დაფუძნებული “დემოკრატიული კავშირი” და თემურ ჟორჯოლიანის “კონსერვატიულ-მონარქისტული” პარტია. პარლამენტში იყო უმცირესობაც, ანუ თავმჯდომარის მოწინააღმდეგეთა გაერთიანება. თუმცა მთლიანობაში პარლამენტი მაინც კონსოლიდირებული იყო ე.წ. “ზვიადისტური” საფრთხის წინააღმდეგ. 1992 წლის 6 ნოემბერს პარლამენტმა შევარდნაძე აირჩია სახელმწიფო მეთაურად, დამატებითი მოვალეობით რომ ეხელმძღვანელა პარლამენტისთვის საგანგებო ვითარების პერიოდში. კონსტიტუციის შემუშავებამდე კი მიიღეს დროებითი “კანონი ხელისუფლების შესახებ” იგივე ძირითადი კანონი. ახალი ცვლილებებით აშკარა იყო სახელმწიფოს მეთაურის ძალაუფლებისა და მმართველობის ზრდა: ისე, როგორც პარლამენტი არა პოლიტიკური მიზნებისა და შინაარსის, არამედ პერსონალურად შევარდნაძის სიმპათია-ანტიპათიის მიხედვით დაიყო, ასევე აღმასრულებელი ხელისუფლების ვერტიკალი სახელმწიფო მეთაურის გარშემო აიგო. სხვა, არათუ თანაბარი, არამედ მეტ-ნაკლებად დამოუკიდებელი და რაიმე მნიშვნელოვანი უფლების მქონე ინსტიტუცია არ ჩამოყალიბებულა. საპარლამენტო არჩევნებამდე ე. შევარდნაძემ თადარიგი დაიჭირა და როგორც ჭეშმარიტმა დემოკრატმა დანერგა ყოველკვირეულად მოსახლეობასთან საუბრის ფორმა – ორშაბათის რადიოინტერვიუ. ეს იყო ერთსაათიანი ინტერვიუ ჟურნალისტ ნატო ონიანთან, რაც ყოველ ორშაბათს (იშვიათი გამონაკლისის გარდა) სახელმწიფო რადიოს პირდაპირი ეთერით დილის 9 საათზე გადიოდა. იმავე დღეს ინტერვიუს მოკლე ვერსია გადაიცემოდა სახელმწიფო ტელევიზიით, მეორე დღეს კი იბეჭდებოდა პრესაში. პირველი ასეთი ინტერვიუ ღია ეთერში 1992 წლის 17 აგვისტოს, აფხაზეთში ეროვნული გვარდიის შესვლიდან მესამე დღეს, გავიდა. გარდა ზემოთ მოყვანილი ფაქტისა, რომ შევარდნაძე საბჭოს თავმჯდომარეობის პოსტიდან გადადგომით დაიმუქრა, მან პირველივე ინტერვიუში ხაზი გაუსვა იმას, რომ ემიჯნება შეიარაღებულ დაპირისპირებას. *“მე ამ ბოლო ხანს საკმაოდ ბევრს ვლაპარაკობ საქართველოს ერთიანობაზე, მაგრამ არ მინდა, რომ ეს*

ერთიანობა მიღწეული იყოს ცეცხლითა და მახვილით, ჩვენ უნდა მივაღწიოთ ამას თანხმობით, ქართველი ხალხის გამოთლიანებით, გაერთიანებით და მეგობრობით საქართველოში მცხოვრებ ყველა ხალხთან. მოლაპარაკება და გონიერება - აი, ეს არის ჩემი გზა.”⁶² ყოველკვირეული გამოსვლით ე. შევარდნაძე საზოგადოებას ერთგვარ ანგარიშს აბარებდა. საქართველოს მოსახლეობისთვის ეს სრულიად ახალი მიდგომა იყო. გაჩნდა განცდა, რომ შევარდნაძე თავს ვალდებულად თვლის, მიმდინარე პროცესებში საზოგადოება ჩართოს. ამ ნაბიჯმა ე. შევარდნაძეს ჩამოაშორა კომუნისტის და შესძინა მაქსიმალურად ღია დემოკრატიის იმიჯი. ამას გარდა, საზოგადოების თვალში მოხდა ერთგვარი დისტანცირება შევარდნაძესა და დანარჩენ ქართველ პოლიტიკოსთა შორის. მძლავრად ამუშავდა “კონტრასტის პრინციპი”. არსებულ ფონზე შევარდნაძე ერთადერთი გაწონასწორებული, ჭკვიანი და დემოკრატი პოლიტიკოსი იყო. ასევე - ყოველკვირეული რადიოინტერვიუს წყალობით სახელმწიფოს მეთაური ერთგვარად წარმართავდა კიდევ სამაუწყებლო მედიის საინფორმაციო პოლიტიკას.

დემოკრატიულ სახელმწიფოებში სამაუწყებლო მედიის საინფორმაციო ბადის დღის წესრიგს ქვეყანაში არსებული სამოქალაქო საზოგადოება, ხოლო არადემოკრატიულ ქვეყნებში თავად ის მედია განსაზღვრავს, რომელიც სახელმწიფოს პოლიტიკას ატარებს. საქართველოში არსებული რეალობის გათვალისწინებით კი შევარდნაძემ ერთგვარი ოქროს შუალედი მოძებნა. მან თავი აარიდა სამაუწყებლო მედიაზე პირდაპირ ზეწოლას და მათთვის დღის წესრიგის დადგენას. თუმცა სახელმწიფოს მეთაურის მიერ ყოველკვირეულ რადიოინტერვიუში მისი განცხადებების სიმწვავის მიხედვით წამოწეული თემები აბსოლუტურად ბუნებრივად ხდებოდა სამაუწყებლო მედიის საინფორმაციო საშუალებების ბადის განმსაზღვრელი. ამას გარდა, ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ ამუშავდა “კონტრასტის პრინციპი”, რასაც ხელს უწყობდა პირდაპირი ეთერით პარლამენტის სხდომების ტრანსლირება. ტელევიზიით სესიების ყურება საქართველოს მოსახლეობის უმრავლესობისთვის ერთ-ერთი მთავარი თავშესაქცევი სანახაობა გახდა. ანეკდოტები, სიტყვიერი თუ ფიზიკური

⁶² შევარდნაძე ე., რადიოინტერვიუ ონიანი, ნ., სსმ-ს პირველი რადიოს არქივი, 17 აგვისტო, 1992

შეურაცხყოფა, პატრიოტული და ფსევდოპატრიოტული გამოსვლები - ეს საქართველოს პარლამენტის ყოველდღიურობა იყო. მაყურებლისთვის პლენარული სხდომები ერთგვარ რეალურ შოუდ იქცა, რამაც კანონმდებლები მაყურებელთა უმრავლესობისთვის ე.წ. “საპნის ოპერის” ვარსკვლავებად აქცია, ედუარდ შევარდნაძე კი - განსაკუთრებით ამ ფონზე, ერთადერთ პოლიტიკოსად, რომელიც ხან შეფარულად, ხან პირდაპირ ემიჯნებოდა არასერიოზულ გარემოს, რითიც მუდმივად ხაზს უსვამდა მის, როგორც პოლიტიკურ ფიგურასა და პარლამენტის დანარჩენ წევრებს შორის პროფესიულ სხვაობას. ამავდროულად, გასათვალისწინებელია, რომ ე. შევარდნაძე არა მოსახლეობის, არამედ სწორედ პარლამენტის ამ შემადგენლობის მიერ იყო არჩეული თავმჯდომარედ და სახელმწიფოს მეთაურად. სწორედ ამიტომ, სახელმწიფო მეთაურის პრიორიტეტი ახალ კონსტიტუციაზე მუშაობა იყო, რის შემდგომაც შევარდნაძე პოზიციებს გაიმყარებდა და უკვე დე იურე ხალხის რჩეული, საბოლოოდ შეძლებდა ჩამოშორებოდა მათ, ვინც ის ქვეყნის სათავეში მიიყვანა. მიზნის აღსრულებას ერთი საპარლამენტო ციკლის დასრულება სჭირდებოდა. შესაბამისად, სახელმწიფოს მეთაურს 3 წლის განმავლობაში უნდა “აეტანა” და გარკვეულწილად ანგარიშიც გაეწია არსებული დეპუტაციისთვის, თუმცა შევარდნაძემ მოვლენების ხელოვნურად დაჩქარება დაიწყო. 1993 წლის 14 სექტემბერს საქართველოს პარლამენტის სხდომა დაძაბულად დაიწყო. უნდა განეხილათ ქვეყანაში საგანგებო მდგომარეობის შემოღების საკითხი. თითქოს ყველა გავლენიანი პარტია შეთანხმდა, მაგრამ ზოგიერთი ოპოზიციური ძალის წინააღმდეგობის გამო, დისკუსია მაინც გარდაუვალი იყო. ჯაბა იოსელიანსა და ედუარდ შევარდნაძეს შორის ურთიერთობამ “ცივი ომის” სახე შეიძინა მას შემდეგ, რაც სახელმწიფოს მეთაურმა თემურ ხაჩიშვილი (“მხედრიონის” ერთ-ერთი ლიდერი) გაათავისუფლა შინაგან საქმეთა მინისტრობიდან. ამ ფაქტით გაღიზიანებული ჯ. იოსელიანი პარლამენტის სხდომაზე პირდაპირ გამოვიდა შევარდნაძის იდეის (შემოელო ქვეყანაში საგანგებო მდგომარეობა) წინააღმდეგ. მან ასევე მიანიშნა, რომ შევარდნაძე და გამსახურდია ერთნაირად აზროვნებდნენ და იდენტური მენტალიტეტი ჰქონდათ. მისი “თეორიის” დასადასტურებლად იოსელიანმა განაცხადა, რომ, როდესაც მოსკოვში 1991

წლის 19 აგვისტოს გადატრიალება მოხდა, მთელ მსოფლიოში მხოლოდ ორმა ადამიანმა თქვა - ეს თავად გორბაჩოვის მოწყობილიაო. ერთი ზვიად გამსახურდია იყო, მეორე - ედუარდ შევარდნაძე. იოსელიანის გამოსვლის შემდეგ ტრიბუნასთან შევარდნაძე მივიდა: *“აღარ გამოვა საგანგებო მდგომარეობა, ბატონი ჯაბას გამოსვლის შემდეგ აღარ გამოვა. გუშინწინ დასავლეთ საქართველოში მხედრიონელებს შევხვდი. წესიერად აღარც დამელაპარაკნენ. თუ ასეა, თუ ასე გინდათ, დაე იყოს თქვენებურად, ამ წუთიდან შევარდნაძე გადამდგარია! შენ კი, ჯაბა იოსელიანო, რა მთელ მსოფლიოში მე ვთქვი მხოლოდ? ამას როგორ მიბედავ?”* იოსელიანი ადგილიდან წამოხტა: *“რას ჰქვია გიბედავ, რას ჰქვია გიბედავ?”* მივიდა ტრიბუნასთან, თუმცა შევარდნაძემ ხმამაღლა უყვირა – *“მე თქვენ არ მოგისმენთ!”* და სხდომათა დარბაზიდან გავიდა. დარბაზის დატოვებისას მან მნიშვნელოვანი განცხადება გააკეთა: *“ჩემს გადაფურთხებულს აღარ ავლოკავ - არ გეგონოთ მსოფლიოში მოვ ზაურობას და ლექციებით ფულის გროვებას ვაპირებ, თბილისიდან არსადაც არ წავალ”*. სწორედ ეს განცხადება გვაძლევს საფუძველს ვიფიქროთ, რომ სახელმწიფოს მეთაურმა ჯ. იოსელიანი შეგნებულ - წინასწარ გათვლილ პროვოკაციაზე წამოაგო. შევარდნაძის სიტყვებით ნათელი ხდება, რომ ის არ აპირებს გაქცევას და უკიდურეს შემთხვევაში, რიგგარეშე არჩევნების მეშვეობით - დაბრუნდება ქვეყანის სათავეში, ოღონდ იოსელიანის და დანარჩენთა გარეშე. იოსელიანისთვის პოლიტიკური გადარჩენის ერთადერთი ვარიანტი შევარდნაძის დაყოლიება იყო – შეეცვალა გადაწყვეტილება, რასაც იოსელიანი მალევე მიხვდა. შევარდნაძის კაბინეტთან დეპუტატებმა, პარლამენტის წინ კი ხალხმა დაიწყო შეკრება. რუსთაველზე მისულ მოსახლეობას ედუ-ს ერთ-ერთი ლიდერი, ირინა სარიშვილი ხელმძღვანელობდა. იგი იმ დროს უკვე მთავრობის ვიცე-პრემიერი იყო. იმპროვიზირებულ მიტინგზე მან შეკრებილებს უთხრა, რომ მთავრობა გადადგება, თუ სახელმწიფოს მეთაური არ განაახლებს მოვალეობის შესრულებას. მანვე მოუწოდა შეკრებილებს, ჩამჯდარიყვნენ ადგილზე და არ დაშლილიყვნენ. საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში შენახულია კადრები, სადაც, ცუდი ხარისხის მიუხედავად, ნათლად ჩანს, რომ პარლამენტის წინ ხალხის საკმაოდ დიდი რაოდენობაა შეკრებილი (მიტინგის ნაწილი პირდაპირი

ეთერის საშუალებით გადაიცემოდა). გამოუვალ მდგომარეობაში მყოფი იოსელიანი შევარდნაძეს შეხვდა. პარლამენტში საქართველოს პატრიარქიც მივიდა. კონსულტაციების შემდეგ პატრიარქმა და სახელმწიფოს მეთაურმა, რომელმაც გადაწყვეტილება შეცვალა, ქუჩაში შეკრებილ მოსახლეობას მიმართეს. *“ბატონო ედუარდ, დღეს თქვენ დიდი პასუხისმგებლობა გეკისრებათ ღვთისაგან და ჩვენი ერისაგან. ამიტომ თქვენ არ შეგიძლიათ გადადგეთ, გადაუდგეთ საქართველოს, ეს შეუძლებელია! მთელი საქართველო ღელავს, ამიტომ მე უფლება მაქვს, როგორც საქართველოს სულიერ მამას და პირადად თქვენს სულიერ მამას, მოგცეთ ღოცვა-კურთხევა, რომ მთელს საქართველოს განუცხადოთ, რომ თქვენ რჩებით საქართველოს მეთაურად”*⁶³. პატრიარქის ამ მიმართვას მომიტინგეთა ტაში მოჰყვა. ედუარდ შევარდნაძემ კი მადლობა გადაუხადა პატრიარქს და შეკრებილ საზოგადოებას. აპლოდისმენტებისა და კმაყოფილი შეძახილების ფონზე მან განაცხადა: *“ხმა ღვთისა და ხმა ერისა”*, გადაეხვია პატრიარქს და შეცვალა გადაწყვეტილება. ამ ერთგვარი ავანტიურისტული ნაბიჯით ე. შევარდნაძემ დააფიქსირა, რომ, მართალია, დე იურე ის სახელმწიფოს მეთაურად პარლამენტმა აირჩია, მაგრამ დე ფაქტო - ეს ერის არჩევანია. გადადგომის მუქარით სახელმწიფოს მეთაურმა პირველი დიდი ღარტყმა მიაყენა მხედრიონს ისე, როგორც მთლიანად საქართველოს პოლიტიკურ ელიტას, რომელმაც თვალნათლივ დაინახა, რომ არჩევნის წინაშე მყოფი საზოგადოება – ან შევარდნაძე, ან დანარჩენი პოლიტიკური ისტაბლიშმენტი - ირჩევს შევარდნაძეს, რომელმაც მეთოდური პროპაგანდისტული მუშაობით, ყოველკვირეული რადიოინტერვიუებით, გაწონასწორებული პოლიტიკური განცხადებებით, მოსახლეობასთან მეტი კომუნიკაციით, პოლიტიკური აღდგომა და გამოცდილების დემონსტრირებით, იმ ფონზე, რაც ხდებოდა საქართველოს პარლამენტში და რაც სრულად გადაიცემოდა სამაუწყებლო მედით, შევარდნაძე საზოგადოებისთვის სტაბილურობის გარანტი გახდა. ასევე აღსანიშნავია, რომ ერთადერთი ქართველი პოლიტიკოსი, რომელიც აფხაზეთის ომის შემდგომ მეტად გაძლიერდა და საზოგადოების მეტი პატივისცემა დაიმსახურა, ედუარდ

⁶³ <https://www.youtube.com/watch?v=LkQADVboi0U>

შევარდნაძე იყო. სხვა, თითქმის ყველა პოლიტიკურად აქტიური სუბიექტი, ვინც ომში იყო ჩართული, მეტ-ნაკლებად კომპრომეტირებული იყო. *“ედუარდ შევარდნაძე მაშინაც კი, როცა ის მარცხდებოდა, გამარჯვებული იყო.”*⁶⁴ ასე აფასებს მისი შვილი, პაატა შევარდნაძე მამის მოღვაწეობას. მართლაც, წაგებული ომის მიუხედავად, სახელმწიფოს მეთაური გამარჯვებული იყო. მისი იმიჯის ამაღლება სწორედ მედიაკამპანიამ განაპირობა. მართალია, საქართველოს ხელისუფლებას კონკრეტული საინფორმაციო ომის სტრატეგია არ ჰქონდა შემუშავებული, მაგრამ შევარდნაძე საკუთარ იმიჯზე მუშაობდა. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მისი მოქმედება-გადაწყვეტილებები, ე.წ. დაბალანსების პოლიტიკა და ის, თუ როგორ შუქდებოდა ეს შემდგომში ქართული მედიის მიერ, არა სახელმწიფოს, არამედ საკუთარი ხელისუფლების გამყარების ინტერესებიდან გამომდინარეობდა. არსებობს ვერსია, რომ აფხაზეთის ომი სწორედ ე. შევარდნაძის ინიციატივაა, რასაც ხელი უნდა შეეწყო მისი მმართველობის გაძლიერებისთვის. *“მიზანი ამ გადაწყვეტილების და მოტივი (აფხაზეთში ჯარის შეყვანის) შესაძლოა იყო ის, რომ შეცვლილიყო საზოგადოებრივი განწყობა. კერძოდ სამოქალაქო ომის განწყობა შეცვლილიყო სამამულო ომის განწყობით.”*⁶⁵ თუკი ამ ვერსიას დავეთანხმებით, მაშინ ცხადი ხდება, თუ რატომ კეთდებოდა მედიის მიერ აქცენტები სწორედ ჩეჩენ მებრძოლებზე. ამას გარდა, რატომ საუბრობდა ქართული მედია დაღატბე ექსპრეზიდენტისა და მისი მომხრეების მხრიდან 1993 წლის შემოდგომაზე და თითქმის არ საუბრობდა იმის შესახებ, რომ შევარდნაძის მიერ გაფორმებული სამშვიდობო ხელშეკრულება და სამხედრო ტექნიკის სოხუმიდან გაყვანა შეცდომა იყო. ქართული მედია არც იმის შესახებ საუბრობდა, რომ სოხუმის დაცემის დღის წინ შევარდნაძემ საქართველოს დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობაში გაწევრიანების ერთპიროვნული გადაწყვეტილება მიიღო. სახელმწიფოს მეთაურმა რუსეთის პრეზიდენტს, ბორის ელცინს წერილი 1993 წლის 26 სექტემბერს მისწერა: *“გაცნობებთ, რომ უკვე მივიღე გადაწყვეტილება საქართველოს დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობაში შესვლის შესახებ. ჩვენ თანახმა ვართ, შევიყვანოთ კონფლიქტის ზონაში რუსეთის*

⁶⁴ სსმ-ის არქივი 13 ივლისი, 2014 წ.

⁶⁵ თ. ჩაგელიშვილი, “© Rustavi 2” დოკუმენტში “სოხუმის უკანასკნელი დღე”

სამხედრო ნაწილები, რაც შემოგვთავაზა გენერალმა გრაჩოვმა სოჭში.⁶⁶ ბარათის სრული ტექსტი მხოლოდ მისი პრეზიდენტობის შემდგომ გამოქვეყნდა. ქართული მედიით კი 1993 წლის სექტემბრიდან-6 თვის განმავლობაში კეთდებოდა აქცენტები იმის შესახებ, რომ დსთ-ში შესვლა ქვეყნისთვის ფინანსურად მომგებიანია. ამას გარდა, ქართული მედიისა თუ “მედიატორების” საშუალებით მუშავდებოდა ე.წ. “შეთქმულების თეორიაც”. უფრო კონკრეტულად კი, მეთოდურად ეშვებოდა “საცდელი ბურთები”, რის საშუალებითაც თანდათანობით იცვლებოდა მოსახლეობის დამოკიდებულება, ხორციელდებოდა საზოგადოების ერთგვარი შეგუება, ორგანიზაციაში გაწევრიანების შემთხვევაში მისი პოზიტიური (ქვეყნის ეკონომიკური აღმასვლის) პერსპექტივის ილუზიის შექმნა. ასევე ინერგებოდა შიშიც. მედიის მიერ სხვადასხვა ინტერპრეტაციით მუშავდებოდა სქემა, რომლის მიხედვითაც დსთ-ზე უარის თქმის შემთხვევაში, არსებობდა საქართველოს ორ ნაწილად გაყოფის რეალური საშიშროება. კერძოდ კი, საქართველოს ხელისუფლების მიერ დსთ-ში საქართველოს ჩართვის საწინააღმდეგო პოლიტიკის დაცვის შემთხვევაში, რუსეთის პირდაპირი თუ შენიღბული ხელშეწყობით, ზვიად გამსახურდიას მომხრეები დაიკავებდნენ მთელ დასავლეთ საქართველოს, რაც ნიშნავს საქართველოს ორ ნაწილად გაყოფას: დასავლეთ საქართველოში, ცენტრით ქუთაისი, დამკვიდრდებოდა ზვიად გამსახურდიას ხელისუფლება, აფხაზეთის სეპარატისტებთან შესაძლო კონფედერაციულ კავშირში. აღმოსავლეთ საქართველოში, ცენტრით თბილისი, შენარჩუნდებოდა ედუარდ შევარდნაძის ხელისუფლება, ხოლო რუსეთის არმიის კონტროლქვეშ ჯავა-ყორნისი-ხაშური-ბორჯომი-ახალციხის ხაზის გასწვრივ ჩამოყალიბდებოდა ბუფერული ზონა, რითაც რუსეთი მიიღებდა სომხეთთან მის დამაკავშირებელ, სტრატეგიულად დაზღვეულ საკონტაქტო დერეფანს. ამავდროულად, მედიასაშუალებები ახსენებდნენ საზოგადოებას, რომ ე. შევარდნაძე იყო პირველი, რომელმაც დსთ-ს მკვდრად შობილი წარმონაქმნი უწოდა. ასევე, ხაზს უსვამდნენ ფაქტს, რომ რუსეთის მხრიდან არაერთი შეთავაზების მიუხედავად, სახელმწიფოს მეთაური მეზობელ ქვეყანას ორგანიზაციაში გაწევრიანებაზე ღიად უარს ეუბნებოდა. პირველი ე.წ.

⁶⁶ <http://ghn.ge/news-74151.html>

“საცდელი ბურთი” 1993 წლის 28 სექტემბერს თავად შევარდნაძემ გაუშვა. “27 სექტემბერს, დღის 13 საათზე ქალაქ სოხუმს შემოესივნენ კბილებამდე შეიარაღებული რუსი, ჩეჩენი და აფხაზი ბოვეიკები, რომლებმაც ტანკებით და ჯავშნიანი მანქანებით დაიკავეს დღეს სოხუმი. ამ მორიგ ბარბაროსულ აქციას ამჯერად წინ უძღოდა შეთანხმება ცეცხლის დროებით შეწყვეტისა და მოლაპარაკებების დაწყების შესახებ. სოხუმის დამპყრობლებმა სიცოცხლეს გამოასაღმეს ასობით ადამიანი, დაანგრიეს და დაწვეს სახლები, საცხოვრებელი უბნები, ქალაქის მოსახლეობის მთლიანი ევაკუაცია არ მოხერხდა, მათი სიცოცხლე საფრთხეშია. მრავალტანჯული საქართველო კიდევ ერთი ტრაგედიის ობიექტი გახდა. აფხაზეთში უმოწყალოდ ნადგურდება ქართველი მოსახლეობა. საქართველო დამარცხდა უთანასწორო ძალებთან ომში, რომელიც ერთი დიდი სახელმწიფოს მინისტრის ენით რომ ითქვას, გაჩაღდა ამ ქვეყნის სტრატეგიული ინტერესების უზრუნველსაყოფად საქართველოში. სწორედ იმპერიული ძალების მიერ არის ინსპირირებული აფხაზეთის კონფლიქტი, რის შედეგადაც აფხაზეთის ტერიტორიის ნახევარზე მეტი ოკუპირებულია. სოხუმის გადარჩენა შეიძლებოდა ჯერ კიდევ გუშინ, ეს შეეძლო მხოლოდ რუსეთს – ასეთი თხოვნით მივმართეთ მოსკოვს, გავუგზავნე თანხმობის დეკლარაცია რუსეთის ხელმძღვანელობას, საქართველოს „სნგ“-ში შესვლის თაობაზე, რომლის წინააღმდეგი ვიყავი ბოლო დრომდე. ფაქტობრივად საქართველომ დაიწყო. ესეც საკმარისი არ აღმოჩნდა, სამწუხაროა, მაგრამ გულახდილად უნდა ვთქვა, რომ გარეშე ძალათა ინტერესები ვერაფერს დაგვაკლებდა, რომ არა შინააშლილობა და თანამოქალაქეთა ღალატი. მოვა დრო და ყველას და ყველაფერს თავისი სახელი დაერქმევა. სოხუმის დაცემის ერთ-ერთი მიზეზი ისიც არის, რომ გარეშე ძალამ კარგად გაითამაშა მოღალატის კოზირი. მე ჩემს თანამებრძოლებთან ერთად შეძრწუნებული ვარ მომხდართ. იცის ღმერთმა, ყველაფერს ვაკეთებდი ამ საშინელი დღის თავიდან ასაცილებლად. ვერ შევძელი. დაე, მაპატიონ თანამედროვეებმა და შთამომავლობამაც”⁶⁷. შევარდნაძის მიმართვის შემდგომ საზოგადოების ნაწილმა გადაწყვიტა, რომ, რადგან სახელმწიფოს მეთაურის მხრიდან დათმობას შედეგი არ ჰქონია, დსთ-ში საქართველოს გაწევრიანების

⁶⁷ შევარდნაძე ე., მიმართვა. სსმ-ის არქივი. 28, სექტემბერი 1993.

საკითხი დღის წესრიგიდან მოიხსნა, თუმცა ეს პროცესის მხოლოდ დასაწყისი იყო. 6 თვის განმავლობაში ე.წ. მედიატორები ტელევიზიის საშუალებით დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობაში გაწევრიანების აუცილებლობაზე საუბრობდნენ. საბოლოოდ იმ ადამიანთა წყალობით, ვინც საქართველოში დიდი ავტორიტეტით სარგებლობდა, ჩამოყალიბდა საზოგადოებრივი აზრი, რომ სხვა გზა, სხვა ალტერნატივა საქართველოს არ აქვს. 1994 წლის პირველ მარტს საქართველოს პარლამენტის სხდომაზე, სადაც ქვეყნის თანამეგობრობაში გაწევრიანებას დეპუტატებმა კენჭი უყარეს (მოსახლეობა ტრადიციულად ტრანსლაციას თვალს ადევნებდა), ტიტულოვანი ქართული ინტელიგენციის წარმომადგენელი პარლამენტარები მოსახლეობის გასაგონად კიდევ ერთხელ საჯაროდ ასაბუთებდნენ გადაწყვეტილების მიღების აუცილებლობას. ელდარ შენგელაიას, ჯანსუღ ჩარკვიანის და ა.შ. გარდა - სიტყვით მწერალი დეპუტატი ჭაბუა ამირეჯიბიც გამოვიდა, რომელიც სხვებისგან განსხვავებით, სიტყვას იშვიათად ითხოვდა. *“ქალბატონებო და ბატონებო, შევეცდები ძალიან მოკლედ გამოვთქვა ჩემი აზრი ამ პრობლემის გარშემო. უპირველეს ყოვლისა, მინდა გამოვთქვა კმაყოფილება დღევანდელი პარლამენტის სხდომის მსვლელობის გამო. მოხდა ის, რაც უნდა მომხდარიყო. როგორც იტყვიან, გამოჩნდა ცისფერი და შავი, თეთრი და შავი (ხმაური დარბაზში). საქართველოს წინაშე ყოველთვის იდგა პრობლემა და დღესაც დგას. ვისთან, ვისი მფარველობის ქვეშ იყოს საქართველო. ასე იყო მთელი ისტორიის მანძილზე და დამსწრე საზოგადოებას პატიებას ვთხოვ, რომ ეს მას შეეახსენე. მე აქ ერთხელ გამოვედი და ვთქვი, რომ რუსეთისაგან ღალატის მეტი ჩვენ არაფერი არ გვინახავს. დავიწყე 1773 წლიდან, მოვედი 7 მაისის ხელშეკრულების დარღვევამდე. მაგრამ ჩემი გამოსვლა მაშინ მე დავამთავრე ასე: სხვა გზა, სხვა ხსნა არ არსებობს. ალტერნატივა არ არის. აქ ვიღაცამ თქვა, რომ ომის მდგომარეობაში ვართო, თუ ომი დავიწყეთო, თუ რაღაცა ასეთი. ე.ი. ომი არ არის ოლიმპიური თამაშები, - ერთ-ერთმა დეპუტატმა თქვა აქ, - რომელშიც მთავარი იყოს მონაწილეობის მიღება. რა გამოვა იმ ომიდან, ყველას მოგვეხსენება ძალიან კარგად. რაც შეეხება იმას, რომ ეს საკითხი უნდა გადაწყდეს ბატონი ედუარდის ნიუ-იორკში წასვლამდე, მე მაგალითად ამას*

ვასაბუთებ ასე - "სნგ"-ში შესვლა მისცემს უშიშროების საბჭოს ერთ-ერთ ვეტოს უფლების მქონე პირს, რუსეთის წარმომადგენელს, მისცემს საშუალებას მხარი დაუჭიროს უშიშროების საბჭოს ისეთ დადგენილებას, რომელიც ჩვენი სასარგებლო იქნება. ახლა... (ხმაური დარბაზში) რაც შეეხება წესდებასთან შეერთებას, კერძოდ ამ საკითხს. მე დღეს არ მეგულება არცერთი ნორმალური სახელმწიფო თავისი ჭკუათმყოფელი პარლამენტით, რომ რომელიმე გაერთიანების წევრი არ იყოს. ვერაფერ ტრაგიზმს მე ვერა ვხედავ იმაში, რომ "სნგ"-ს გაერთიანებაში შევიდეთ. რაც შეეხება დადებით მხარეს ამ ნაბიჯისა, მე ბევრს ვხედავ და ბევრი იყო ნათქვამი და აღარ გავიმეორებ. მაგრამ მინდა გავამახვილო ყურადღება იმაზე, რაც აქ ითქვა უკვე. ი, უარი ვოქვით ჩვენ და არ შევედით, არ მოვაწერეთ ხელი ამ ხელშეკრულებას, რა იქნება მერე? ამას დავუფიქრდეთ კარგად (ყვირილი დარბაზში). რამდენიც არ უნდა იყვიროთ, მე ისეთი კაცი ვარ, რომ ჩემს სათქმელს მაინც ვიტყვი, იყვირეთ რამდენიც გინდათ. საერთოდ მე ვთვლი, რომ უკვე ყველაფერი ნათქვამია, ალბათ საჭიროა შეეწყვიტოთ კამათი და ვუყაროთ კენჭი ამ საკითხს. გმადლობთ"⁶⁸. ასეთი რეალობის შექმნის შემდეგ ქართული საზოგადოების უმრავლესობა, რომელიც დსთ-ში ქვეყნის გაწევრიანების პრინციპული წინააღმდეგი იყო, შეეგუა სიტუაციას და, რაც მთავარია, არ ჰქონდა აგრესია ე. შევარდნაძის მიმართ. მით უფრო, თუკი გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობაში გაწევრიანების პარალელურად შევარდნაძე ქმნის ახალ პოლიტიკურ გაერთიანებას – “მოქალაქეთა კავშირი” და აცხადებს, რომ ის დასავლურ ღირებულებებზეა ორიენტირებული. მეტიც, მის პირველ დამფუძნებელ ყრილობაზე თბილისში აშშ-ის ყოფილი სახელმწიფო მდივანი ჯეიმს ბეიკერი ჩამოდის. ამ შემთხვევაში, ე. შევარდნაძე ორმაგ სტანდარტებს, ე.წ. დაბალანსების პოლიტიკას “ნახევრად სიმართლის” მეთოდის წყალობით აღწევს. ის საჯაროდ საუბრობს რუსეთის მტრული ქმედებების შესახებ საქართველოს ტერიტორიული მთლიანობის ხელყოფის გამო, თუმცა იქვე ქმნის ილუზიას ე.წ. ორი რუსეთის შესახებ. ერთ-ერთი ასეთი მაგალითი 1994 წელს

⁶⁸ <http://droni.ge/?m=3&AID=5413>

იტალიური რადიოსთვის მიცემული ინტერვიუა, რომელიც სრულად დაიბეჭდა პრესაში და გაშუქდა სამაუწყებელ მედიითაც:

კორესპონდენტი - *“თქვენ გარკვეულად პასუხს სთხოვდით რუსეთის მთავრობას, განსაკუთრებით სოხუმში ყოფნის დროს, აგვისტო-სექტემბერში, როცა აფხაზებმა ქალაქს შემოუტყეს, პასუხს სთხოვდით რუსეთის მთავრობას. ე. ი. პირადად ელცინს, რომლისგანაც საქართველოს დასაცავად აღეკვეთურ მხარდაჭერას ვერ გრძნობდით”.*

შევარდნაძე: - *“ჩემი აზრით, ელცინმა ვერ შეძლო სიტუაციის გაკონტროლება, რადგან მაშინდელი უმაღლესი საბჭო დიდ წინააღმდეგობას უწევდა და დეპუტატების უმრავლესობა მხარს უჭერდა აფხაზთა ამ სეპარატისტულ მოქმედებას. ამ ხალხთან კონფლიქტში მყოფმა ელცინმა ვერ შეძლო ამ წინააღმდეგობის დაძლევა. ამ ორი ძალის დაპირისპირებამ წარმოშვა და განავითარა აფხაზეთის კონფლიქტი”. სახელმწიფოს მეთაურმა იქვე დაამატა, რომ: “შთაბეჭდილება მრჩება, რომ რუსეთის დემოკრატები უნდა გაერთიანდნენ და მჯერა, გაერთიანდებიან კიდევ. გაერთიანდებიან იმისთვის, რომ ფაშიზმი არ გამოვიდეს არენაზე. თუ ისინი გაერთიანდებიან, ფაშიზმი ფეხს ვერ მოიკიდებს. თუ დემოკრატები ვერ გაერთიანდებიან და ფაშიზმი თავის პოზიციებს განიმტკიცებს, ეს იქნება საშინელება არა მარტო რუსეთისთვის, არამედ ევროპისა და მთელი მსოფლიოსთვისაც. მაგრამ მჯერა, რომ ეს არ მოხდება. რუსეთმა ძალზე სერიოზულ წარმატებებს მიაღწია, როცა ახალი კონსტიტუცია მიიღო. იგი სერიოზულ გარანტიას ქმნის დემოკრატიისთვის და ეს კონსტიტუცია პრეზიდენტ ელცინს საშუალებას აძლევს, აღკვეთოს ფაშიზმი და დიქტატურა. ვფიქრობ, პრეზიდენტი ელცინი ამას გამოიყენებს. რაც შეეხება უშიშროების საბჭოს, დიდ იმედებს ვამყარებთ. მან კიდევ უფრო აქტიური პოზიცია უნდა დაიკავოს განსაკუთრებით ისეთ საკითხებზე, როგორიც ეთნოკონფლიქტებია. უშიშროების საბჭოს ეს შეუძლია გააკეთოს”⁶⁹. ეს არ არის ერთეული შემთხვევა. რუსეთზე საუბრისას “ნახევრად სიმაღლედ” სახელმწიფოს მეთაურის ძირითადი ხაზია. “პროდასავლური” “მოქალაქეთა კავშირი” კი სწორედ იმ პერიოდში ყალიბდება, როდესაც საქართველო დსთ-ში წევრიანდება. მაშინ, როდესაც 1993*

⁶⁹ გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“, 6 იანვარი, 1994. 4(807). - 1,2 გვ.

წლის სექტემბერში შევარდნაძე საქართველოში საგანგებო მდგომარეობას აცხადებს ქვეყანაში შექმნილი მძიმე პოლიტიკური და ეკონომიკური ვითარების მომიჯნავეებით. იმავე წელს, 29 სექტემბერს, იმჟამინდელი მინისტრთა საბჭოს თავმჯდომარე, ოთარ ფაცაცია გამოსცემს განკარგულებას (№729), რომლის მიხედვითაც, საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადების პირობებში, დასახული ღონისძიებების ცხოვრებაში გატარების მიზნით, საჭიროა შეიქმნას საზოგადოებრივი ორგანიზაცია. მალე საქართველოს მოსახლეობისთვის ცნობილი ხდება საზოგადოებრივი ორგანიზაციის სახელწოდება - "მოქალაქეთა კავშირი", ორგანიზაციის თავმჯდომარის და მისი მოადგილეების ვინაობაც: თავმჯდომარე - ოთარ ფაცაცია. მოადგილეები: როინ მეტრეველი (თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რექტორი); გოგი ქათამაძე (ცეკავშირის თავმჯდომარე); ავთანდილ იოსელიანი (უშიშროების დეპარტამენტის ხელმძღვანელი). 1993 წლის 21 ნოემბერს კი საზოგადოებრივი მოძრაობა "მოქალაქეთა კავშირი" პოლიტიკურ ორგანიზაციად გარდაიქმნა. მეორე დღეს სახელმწიფოს მეთაური ტრადიციულ რადიოინტერვიუში კიდევ ერთ განმარტებას აკეთებს: *"მოქალაქეთა კავშირი არის ორგანიზაცია, რომელიც ახლა მოდის აღმშენებლობის ტალღაზე, უფრო სწორი იქნება ითქვას, რომ ამ კავშირმა ჩვენს ქვეყანაში აღმშენებლობის ტალღა უნდა ააზვიროთ. ამით განსხვავდება იგი სხვა პარტიებისა და პოლიტიკური მოძრაობებისგან, მისი უმთავრესი ამოცანა აღმშენებლობითია და ამით იწყებს თავის ცხოვრებას. ეს დროებითი, პოლიტიკური კონიუნქტურით ნაკარნახევი გადაწყვეტილება არ არის, ჩემი აზრით, იგი ისეთი ორგანოა, რომელიც დიდხანს იმოღვაწევებს, იცხოვრებს, იცოცხლებს და იმუშავებს საქართველოს საკეთილდღეოდ. საქართველოს მოქალაქეთა კავშირი - არის დღევანდელი და (თუ) მომავალი ხელისუფლების პოლიტიკური საფუძველი. ამ პოლიტიკური ძალის მოქმედების არეალი მთელი საქართველოა. მისი საზურუნავია მოქალაქე, პიროვნება და არა პარტიები. ეს არის კავშირის გენერალური ხაზი და მისი უმთავრესი ამოცანა. ეჭვი არ მეპარება, რომ საქართველოს მოქალაქეთა კავშირი მრავალრიცხოვანი იქნება. დღეს ვიკრიბებით კავშირის ხელმძღვანელი ბირთვი და, ვფიქრობ, მხარს დამიჭერენ კოლეგები, თუ დავაწესებთ პარტიის კოლექტიური წევრობის*

კატეგორიასაც, ცალკეული კოლექტივების შემოსვლას ამ კავშირის შემადგენლობაში. უკვე ათობით წერილი გვაქვს გიგანტური კოლექტივებისაგან, რომლებსაც სურთ გახდნენ კავშირის კოლექტიური წევრი. ასე რომ, ეს მართლაც დიდი ძალა იქნება, რომელიც, ვიმეორებ, დღევანდელი და მომავალი ხელისუფლების პოლიტიკური ძალა გახდება. როცა დასავლურ ორიენტაციაზე ვლაპარაკობთ, ამაში განსაკუთრებული და არაჩვეულებრივი აზრი არ არის ჩადებული. უპირველეს ყოვლისა, ეს იმას ნიშნავს, რომ ამ ორგანიზაციის საფუძველია დემოკრატიული ღირებულებანი, დემოკრატიული ფასეულობანი და როცა დემოკრატიულ სტრუქტურებსა და ინსტიტუტებზე ვლაპარაკობთ, დასავლეთის ორიენტაციას ვუსვამთ ხაზს, რადგან დემოკრატია უფრო მეტად ფეხი დასავლეთში აიდგა, ჩვენი კავშირი სწორედ ამ ფასეულობებზე აგებული ძალა იქნება. ერთ-ერთი უმთავრესი გზა ის სტრუქტურები იქნება, რომელთა მეშვეობითაც თავის დროზე საქართველოს მოქალაქეთა კავშირი მიიღებს მონაწილეობას არჩევნებში, ისე, როგორც ეს არის, გამოკვეთილი დასავლეთის პარტიებსა და ინსტიტუტებში, არჩევნებში გამარჯვება თვითმიზანი როდია, ეს კავშირს დასჭირდება იმისთვის, რომ უკეთ დაიცვას საქართველოს მოქალაქეთა ინტერესები. რაც შეეხება ეკონომიკას, ეს არის რეალური რეფორმების გზა და ჩვენ ამ გზას მივეყვებით. ამ გზით წავიდა თავის დროზე დასავლეთის ბევრი, დღეს უკვე აყვავებული ქვეყანა⁷⁰. პოლიტიკური ორგანიზაციის პრეზენტაცია მოგვიანებით, 1994 წლის მარტში, "მოქალაქეთა კავშირის" პირველ ყრილობაზე შედგა. ყრილობამ პარტიის თავმჯდომარედ სახელმწიფოს მეთაური და პარლამენტის თავმჯდომარე ედუარდ შევარდნაძე აირჩია. გენერალურ მდივნად კი - ფართო საზოგადოებისთვის ნაკლებად ცნობილი პოლიტიკური სახე ზურაბ ჟვანია ("მწვანეთა" პარტიიდან). პოლიტოლოგთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ ახალგაზრდების გუნდი ზ. ჟვანიას მეთაურობით შევარდნაძეს "მოქალაქეთა კავშირისთვის" დემოკრატიული და ეროვნული ელფერის შესაძენად სჭირდებოდა და არა მათი აზრის გასათვალისწინებლად. ამ ნაბიჯით სახელმწიფოს მეთაურმა, პრაქტიკულად, წინასაარჩევნო კამპანია დაიწყო. პარალელურად ის მუშაობდა კონსტიტუციაზე, რომელიც ქვეყნის კვლავ საპრეზიდენტო

⁷⁰ სსმ-ის არქივი, რადიოინტერვიუ 22 ნოემბერი 1993.

მმართველობაზე გადასვლას გულისხმობდა. ამიტომ, სახელმწიფოს მეთაური ყველა ხერხით ცდილობდა საკუთარი უალტერნატივობის ხაზგასმას. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, გამსახურდიას ხელისუფლების დამხობამდე ოპოზიციის ძირითადი მოთხოვნა საპრეზიდენტო მმართველობის გაუქმება იყო, რადგან იმ პერიოდის ოპოზიციის ერთ-ერთი არგუმენტით, ძლიერი პრეზიდენტის ინსტიტუტი, მით უფრო ისეთ პატარა ქვეყანაში, როგორიც საქართველოა, ავტოკრატიის ჩამოყალიბებას უწყობს ხელს. პარლამენტის სხდომების ტრანსლირება, მედიის გახსნა ყველა პოლიტიკური ძალისთვის - ეს ე. შევარდნაძეს - დემოკრატიულობის იმიჯის გარდა - უქმნიდა შესანიშნავ ფონს “კონტრასტის პრინციპის” ასამუშავებლად. შევარდნაძე, მართლაც, უალტერნატივო იყო. ამას ხაზგასმით მასმედიის საშუალებით მუდმივად იმეორებდა ინტელიგენციის დიდი ნაწილი ისე, როგორც მეტ-ნაკლებად დემოკრატიული ელფერის მქონე პოლიტიკური ძალების წარმომადგენლები. ახალგაზრდა პოლიტიკოსთა საშუალებით, ქართული მედიით, მეთოდურად იქმნებოდა სახელმწიფოს მეთაურის კულტი. *“შევარდნაძის ჭეშმარიტად რეფორმატორული, ლიბერალური დემოკრატიისკენ ორიენტირებულ ძალებს ალტერნატივა არ გააჩნია. მისი ალტერნატივა შეიძლება იყოს ან საყოველთაო ქაოსი და ჩვენი ჩანასახოვანი სახელმწიფოებრიობის საბოლოო გაცამტვერება, ანდა ტოტალიტარული რეჟიმის დამყარება. შევარდნაძე ჩვენთვის არ არის უბრალოდ სახელმწიფოს მეთაური. ჩვენ მას აღვიქვამთ, როგორც ადამიანს, რომელმაც განუმეორებელი როლი უნდა შეასრულოს ისტორიაში და შევიდეს მასში, როგორც ახალი ქართული დემოკრატიის, ახალი ქართული სახელმწიფოებრიობის ჭეშმარიტი ფუძემდებელი. მან თავის ქვეყანაში ის როლი უნდა ითამაშოს, რომელიც თავიანთ ქვეყნებში შეასრულეს ჯეფერსონმა, დე გოლმა თუ ათა თურქმა. შევარდნაძე ჩვენთვის პოლიტიკურ ფიგურაზე უფრო მეტია. მე ვიტყვდი, იგი ჩვენი პოლიტიკური მოძღვარია, რომელიც ცდილობს, დაამკვიდროს ჩვენთან ზნეობრივი პოლიტიკის პრინციპები, რომლებიც დასავლური დემოკრატიის იდეალებს და ღირებულებებს ეფუძნება”*⁷¹. ეს არის ნაწილი ზ. უვანიას მიერ "ჯორჯიან თაიმსისთვის" 1994 წელს მიცემული ერთ-

⁷¹ <http://www.opentext.org.ge/index.php/index.php?m=28&y=2002&art=10359>

ერთი ინტერვიუდან. ქართულ სამაუწყებლო თუ ბეჭდვით მედიაში ამ ტიპის ეპითეტებით სახელმწიფოს მეთაურის შემოკობა და შევარდნაძის გაიგივება სხვა ქვეყნების ნაციონალურ გმირებთან მუდმივ ხასიათს ატარებდა. ნახევრად სიმართლე, კონტრასტის პრინციპი და გამეორება – ეს იყო შევარდნაძის პროპაგანდისტული სქემის წამყვანი ხაზი 1993-დან 1995 წლამდე (არჩევნებამდე). ახალი პოლიტიკური საყდენის – “მოქალაქეთა კავშირის” შექმნისთანავე სახელმწიფოს მეთაურმა გადაწყვიტა, საბოლოოდ ჩაეჭრა კავშირი შეიარაღებული გადატრიალების შემოქმედებთან, რამაც მისი ავტორიტეტი მოსახლეობის უმრავლესობისთვის მეტად ასწია. თ. კიტოვანსა და ჯ. იოსელიანთან ღია დაპირისპირება სახელმწიფოს მეთაურმა 1994 წლის ბოლოს დაიწყო. 1995 წლის 11 იანვარს კი უშიშროების სამსახურის სპეცდანიშნულების რაზმის მეშვეობით ზესტაფონში თავდაცვის ყოფილი მინისტრი დააპატიმრეს უკანონო შეიარაღებული ფორმირების “ეროვნულ გამათავისუფლებელი ფრონტის” შექმნისთვის. გენერალურმა პროკურორმა ბრალი იმავე დღეს წაუყენა. კიტოვანის დაპატიმრება იყო სახელმწიფოს მეთაურის პოლიტიკური დემარში, რომლითაც მან დაიწყო გათავისუფლება 1991-93 წლების მემკვიდრეობისაგან არა მხოლოდ წმინდა პოლიტიკური ან სახელმწიფოებრივი, არამედ მორალური თვალსაზრისითაც. გაცილებით უფრო რთული ამოცანა იყო ჯაბა იოსელიანის და მხედრიონის განადგურება. იოსელიანის მიმართ ინტელიგენციის ნაწილი დადებითად იყო განწყობილი, შესაბამისად, ე. შევარდნაძე, რომლის დასაყრდენიც საზოგადოების სწორედ ეს ნაწილი იყო, იოსელიანთან მიმართებით ფრთხილად მოქმედებდა. 1995 წლის განმავლობაში ჯერ კახეთში, შემდეგ სამტრედიასა და ბორჯომში შევარდნაძემ ნაწილ-ნაწილ გაანადგურა “მხედრიონის” სამი მძლავრი დასაყრდენი, რის შედეგადაც ჯაბა იოსელიანის სამოქმედო ასპარეზი მნიშვნელოვნად შეიზღუდა. მხედრიონელებმა კი თავის მხრივ შევარდნაძის ფიზიკური განადგურებით მოინდომეს პრობლემის გადაჭრა. 29 აგვისტოს (1995). შევარდნაძეზე განხორციელებული ტერორისტული აქტის შემდგომ, სახელმწიფოს მეთაურს მიეცა საშუალება, ღიად მიეტანა იერიში მხედრიონზე. ჯაბა იოსელიანი დისკრედიტებული აღმოჩნდა თვით იმ “ინტელიგენციის” თვალში, რომელიც მას ადრე ემხრობოდა და რომლის

რეაქციასაც შევარდნაძე განსაკუთრებით ითვალისწინებდა, თუმცა იოსელიანი მხოლოდ არჩევნების შემდეგ დააპატიმრეს. აქაც იკვეთება ერთგვარი ტაქტიკური ნაბიჯი. ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ ე. შევარდნაძის სტრატეგიის ხაზი მის უალტერნატივობაზე იყო აგებული, შესაბამისად, მუქი ფონი, არჩევნებში შევარდნაძის შესაძლო წაგების შემთხვევაში, მოსალოდნელი საშიშროება ამომრჩევლისთვის ჯაბა იოსელიანისა და მისი მხედრიონის სახით ხილული იყო. 1995 წლის 24 აგვისტოს მიღებული კონსტიტუციის გარდამავალი დებულებებით განისაზღვრა 5 ნოემბრის საპარლამენტო და საპრეზიდენტო არჩევნების ჩატარების პირობები. მასში მონაწილეობის მიღების უფლება ჰქონდა იმ პარტიასა და პოლიტიკურ გაერთიანებას, რომელიც წარმოდგენდა 50 ათასი მხარდამჭერის ხელმოწერას, ან რომელსაც ჰყავდა წარმომადგენელი საქართველოს პარლამენტში კონსტიტუციის მიღების დღისთვის. პროპორციული სიტემით არჩევნები ტარდებოდა ერთიანი პარტიული სიით. პოლიტიკურ გაერთიანებას უფლება ჰქონდა, მაჟორიტარულ საარჩევნო ოლქში წარედგინა დეპუტატობის ის კანდიდატიც, რომელიც მის პარტიულ სიაშიც იყო. აფხაზეთში სეპარატისტული რეჟიმის გამო არ დანიშნულა არჩევნები, ამიტომ აფხაზეთის დეპუტაციას უფლებამოსილება გაუგრძელდა. აფხაზეთის წარმომადგენლობა შედგებოდა 12 დეპუტატისაგან. კონსტიტუციისა და საარჩევნო კანონის თანხმად, პარლამენტის შემადგენლობა განისაზღვრა 235 დეპუტატი. 150 აირჩეოდა პროპორციული, 85 კი მაჟორიტარული წესით. არჩევნებში მონაწილეობდა 53 პარტია. 5%-იანი ბარიერი გადალახეს:

1. საქართველოს მოქალაქეთა კავშირი 23.71% 504 586 ხმა (90 მანდატი)
2. ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია 7.96% 169 218 ხმა (31 მანდატი)
3. აღორძინების კავშირი 6.84% 145 626 ხმა (25 მანდატი)

პირველ ტურში გამარჯვებულად მხოლოდ 32 მაჟორიტარი გამოვლინდა. 42 ოლქში კი, მათ შორის თბილისის ოლქებში, მეორე ტური გაიმართა.

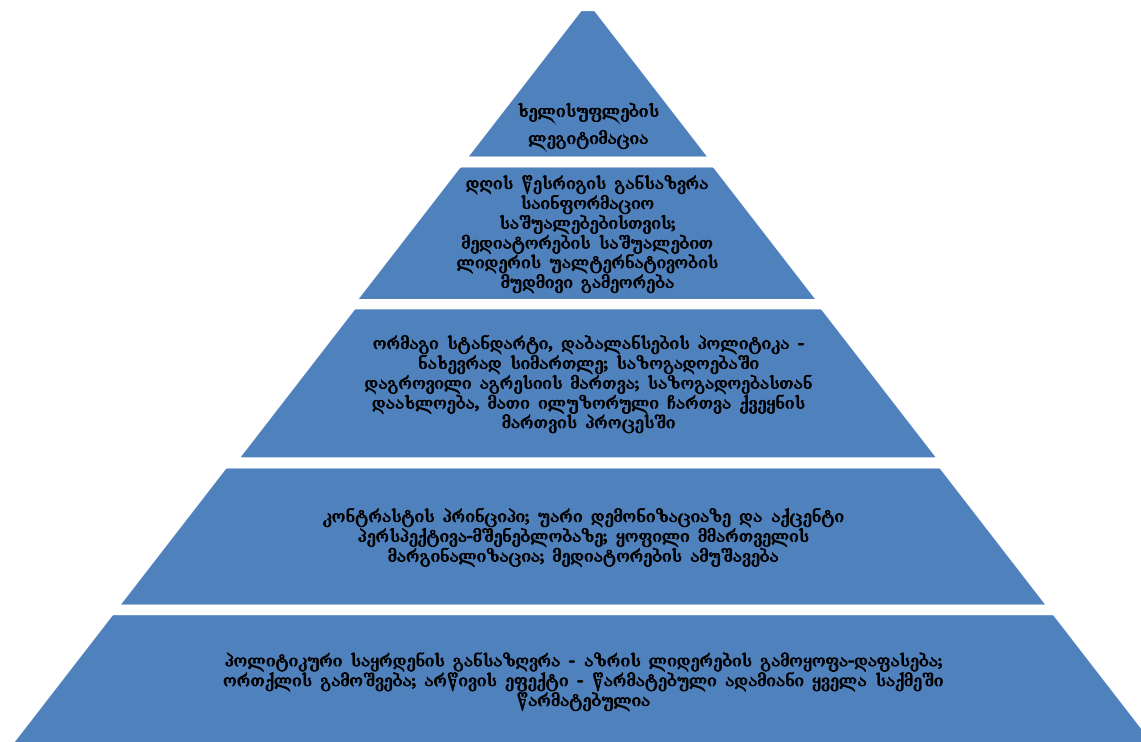
1. სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიის წარმომადგენელი 29 მანდატი
2. დამოუკიდებელი კანდიდატი 29 მანდატი
3. საქართველოს მოქალაქეთა კავშირი 18 მანდატი
4. აღორძინების კავშირი 6 მანდატი

5. ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია 3 მანდატი

პარლამენტის თავმჯდომარედ აირჩიეს ზურაბ ჟვანია. პარლამენტში შეიქმნა 9 ფრაქცია და 14 კომიტეტი. ფრაქციები: „მოქალაქეთა კავშირი“ (თავმჯდომარე მიხეილ სააკაშვილი); „აღორძინება“ (თავმჯდომარე ჯემალ გოგიტიძე); „სახალხო“ (თავმჯდომარე მამუკა გიორგაძე); „ლეიბორისტი“ (თავმჯდომარე შალვა ნათელაშვილი); „ედუ“ (თავმჯდომარე ირინა სარიშვილი-ჭანტურია); „იმედი“ (თავმჯდომარე პეტრე ბერაია); „მაჟორიტარი-სოციალისტი“ (თავმჯდომარე იური ჩიხრაძე); „მამული“ (თავმჯდომარე ვახტანგ შამილაძე); „აფხაზეთი“ (თავმჯდომარე გერმანე ფაცაცია). შეიქმნა საპარლამენტო უმრავლესობა, რომელშიც გაერთიანდა ფრაქცია „მოქალაქეთა კავშირი“, ფრაქცია „იმედი“ და ფრაქცია „მამული“. საპარლამენტო უმრავლესობის ლიდერი გახდა ლანა ღოღობერიძე. ასევე შეიქმნა კოალიცია „ერთიანი საქართველო“. მასში გაერთიანდა ფრაქცია „აღორძინება“ და ფრაქცია „ლეიბორისტი“. კოალიციის თავმჯდომარედ აირჩიეს შალვა ნათელაშვილი. რაც შეეხება საპრეზიდენტო არჩევნებს, კანონმდებლობის თანახმად, არჩევნები ჩატარებულად ჩაითვლებოდა, თუ მასში მონაწილეობას მიიღებდა ამომრჩეველთა საერთო რაოდენობის უმრავლესობა. არჩეულად ჩაითვლებოდა ის კანდიდატი, რომელიც მიიღებდა არჩევნებში მონაწილეთა 50%-ზე მეტის მხარდაჭერას. 5 ნოემბრის არჩევნებში მონაწილეობა მიიღო 6-მა კანდიდატმა, შედეგები კი ასე გადანაწილდა:

1. ედუარდ შევარდნაძე 1 589 909 ხმა
2. ჯუმბერ პატიაშვილი 414 303 ხმა
3. აკაკი ბაქრაძე 3 350 ხმა
4. პანტელეიმონ გიორგაძე 10 697 ხმა
5. ქართლოს ღარიბაშვილი 10 023 ხმა
6. როინ ღიპარტელიანი 7 948 ხმა

ამ დამაჯერებელი გამარჯვებით დასრულდა შევარდნაძის ხელისუფლების საბოლოო ლეგიტიმაციის პროცესი. ზემოთ მოყვანილი მოვლენების გაანალიზების შედეგად, შეგვიძლია შევქმნათ მარტივი პირამიდა, რომლიც მოსკოვიდან დაბრუნებული შევარდნაძის ძირითად ნაბიჯებს შიფრავს.



1995 წლის შემდგომ კი, როდესაც საქართველოს პრეზიდენტმა იოსელიანი-კიტოვანისა და ა.შ. სახით მეტოქეები ჩამოიშორა და მართვის სადავეები სრულად აიღო ხელში, დეკლარირებულად აიღო გეზი სტაბილურობიდან კეთილდღეობისაკენ; თუმცა ექსპერტთა შეფასებით, შევარდნაძისეული კეთილდღეობა კორუფციულ სქემაზე გადიოდა. „ცეკას“ პირველი მდივანი შევარდნაძე ხელისუფლებაში მოვიდა კორუფციასთან ბრძოლის ღოზუნგით, იმ კორუფციასთან ბრძოლის ღოზუნგით, რასაც შემდეგ პრეზიდენტი სააკაშვილი შეებრძოლა. ამდენად, დაჭერების სერია, შიშის ზარი თან სდევდა „ცეკას“ მდივან შევარდნაძეს. შევარდნაძემ იცოდა ის, რაც იცოდა კომუნისტების პერიოდიდან, ანუ იცოდა მართვის ბრეჟნევის სტილი. მართალია, კომუნისტების პერიოდში ის ჭექა-ქუხილით მოვიდა, მაგრამ შემდეგ ხომ სწორედ მის პერიოდში აყვავდა კორუფცია. შევარდნაძემ კორუფციასთან ბრძოლა გამოიყენა ტრამპლინისთვის, მაგრამ შემდეგ კორუფციაზე დაურდნობით მართავდა ქვეყანას, ამიტომაც ქართულ პერიოდშიც იგივე სქემა გააგრძელა. მაგრამ

შემთხვევითი არ ყოფილა ის, რომ მან მიუშვა კორუფცია. მისგან ერთხელ გამოვიდა ერთი პიროვნება, არ დავასახელებ მის სახელს, გააკვირვებული იყო, იცო, რა მითხრა, დასავლეთს მიაჩნია, რომ პირველ პერიოდში კორუფციული ფენა უნდა ამოსწიო, მათ დააყრდნო მმართველობა და პირველი მილიონრები რომ გაჩნდებიან, შემდეგ ისინი თვითონ მოუვლიან ქვეყანასო, ამიტომ კორუფციას არ ვუყურებ ძალიან მკაცრადო. ასეთი წარმოდგენა ჰქონდა მას მართვაზე და მისი ამ წარმოდგენის მინუსი ის იყო, რომ ამით კოზირი მისცა თავის მეტოქეებს: კორუფცია რომ არ ყოფილიყო ქვეყანაში, მას ვერც ვერაფრით დაუპირისპირდებოდნენ რეფორმატორები და ვერც შარს მოსდებდნენ. ანუ, ფაქტობრივად, მართვის ამ ბრეჟნევისდროინდელ პრინციპს ემსხვერპლა შევარდნაძის იმიჯი და ამის შემდეგ უკვე დაიწყო რეფორმატორების ბრძოლა ხელისუფლებისთვის⁷². ამავე ინტერვიუში პოლიტოლოგი რამაზ საყვარელიძე, რომელიც 1993-95 წლებში პრეზიდენტ შევარდნაძის პრეს-მდივანი იყო (მოგვიანებით 2003 წლის ვარდების რევოლუციის შემდგომ პრეზიდენტ სააკაშვილის მრჩეველი), აცხადებს, რომ ქართული მედია, განსაკუთრებით 1995 წლის შემდგომ, თავისუფალი იყო წნეხისგან. “მან (ე. შევარდნაძემ) კორუფცია მოაღონიერა და მიუშვა. გარკვეული დაუდევარი დამოკიდებულება ჰქონდა იმის მიმართ, რაც ქვეყანაში ხდებოდა, ეს თავისებურებები ქმნიდა იმ „ზასტოის“, რომლის გამომწვევით გაბრაზებას არ იწვევდა. ბრეჟნევი არ იწვევდა აგრესიას. ასევე, შევარდნაძეც „დარდუბალას“ სახით ჩარჩა მეხსიერებაში და არა ბოროტი სატანისა. ბევრი რამით ჰგავს ეს „დარდუბალას“ სტილი ბრეჟნევისდროინდელი „ზასტოის“ სტილს. რაც შეეხება დემოკრატიული საქართველოს მმართველ შევარდნაძეს: ის იყო მაქსიმალურად რბილი, ფაქტობრივად, თავისუფლად მიუშვა მედია, ოღონდ არა იმიტომ, რომ თვითონ არ ჰქონდა რეაქცია, არამედ იცოდა, დემოკრატიის იმიჯი გულისხმობს, რომ მედიას ხელი არ უნდა ახლო”⁷³. როგორც მედიაშეფასებები, ისე თავად ჟურნალისტების უმრავლესობა, ვინც 1995 წლიდან აქტიურად მოღვაწეობს პოლიტიკურ ჟურნალისტიკაში, ადასტურებს, რომ შევარდნაძის მმართველობის ბოლო პერიოდში მედია მეტად თავისუფალი იყო, ვიდრე ვარდების რევოლუციის შემდგომ. ამასვე მოწმობს

⁷² რ. საყვარელიძე, ინტერვიუ. გაზ. “თბილისელები” 01.07.2013.

⁷³ რ. საყვარელიძე, ინტერვიუ. გაზ. “თბილისელები” 01.07.2013.

“თავისუფლების სახლის” (Freedom house) ყოველწლიური კვლევა პრესის თავისუფლების (Freedom of the Press), ხარისხის შესახებ. ორგანიზაცია 1980 წლიდან კვლევებს მსოფლიოს მასშტაბით ყოველწლიურად ატარებს, თუმცა საქართველოს მონაცემები შეგიძლიათ იხილოთ 2002 წლიდან (2002 წლამდე პერიოდი მხოლოდ ზოგადად მიმოხილული ანგარიშების სახით). მონაცემები და ანგარიშები შეგიძლიათ იხილოთ ორგანიზაციის ვებგვერდზე: <http://freedomhouse.org/>. ჟურნალისტი ინგა გრიგოლია კი ერთ-ერთ ინტერვიუში აცხადებს, რომ *“ბატონ ედუარდთან ყოველთვის კორექტული ურთიერთობა მქონდა. რეალურად შევარდნაძის დროს, როცა მე დავიწვე მუშაობა, ტელევიზიებისთვის იყო თავისუფლების ხანა. სააკაშვილის პირობებში კი მოკვდა ეს ყველაფერი”*⁷⁴. მედიამკვლევარი ლ. კუტუბიძე ნაშრომში “2000-2005 წლების ქართული პრესის ძირითადი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ასპექტები”, სადისერტაციო ნაშრომის პირველივე თავში ხაზს უსვამს, იმ გარემოებას, რომ პროპაგანდისტული წნეხის, პარტიული და სახელმწიფო დიქტატისა და ცენზურისაგან სიტყვის გათავისუფლების თავდაპირველი ეტაპი ქართულმა მედიამ საკმაოდ წარმატებულად განვლო. კვლევის დასკვნით ნაწილში კი აღნიშნავს, რომ *“ვარდების რევოლუციის”* წინა პერიოდში (2002-2003წლები) *პრესამ, საერთო ჯამში, საკმაოდ კარგად გაართვა თავი საზოგადოების სამოქალაქო აქტივობის გაზრდის ფუნქციას, დასავლური ორიენტაციისაკენ სწრაფვას; შესაძლოა, ზედმეტი ილუზიაც შეუქმნა თავის თავსა და საზოგადოებასაც, რომ ისინი ქვეყნის პოლიტიკური ცხოვრების “საქმის კურსში” არიან (დეტალებისა და კულუარული ჭორების ჩათვლით), მაშინ, როცა ეს “აისბერგის წვერი” იყო და ჩვენი ქვეყნის საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ცხოვრების განმსაზღვრელი პროცესები, არც თუ იშვიათად, წყალქვეშა მდინარებით მიედინებოდა. პრესამ მოვლენებისთვის წინ გასწრებაც აიძულა საზოგადოებას (არ დაალოდა საარჩევნო როტაციას) და დიდი წვლილი შეიტანა “ვარდების რევოლუციაში”. ამასთან, “ვარდების რევოლუციის” შემდგომ პერიოდში ერთგვარად დამუხრუჭდა ქართული მედიის განვითარების პროცესი”*⁷⁵.

⁷⁴ <http://www.ambebi.ge/sazogadoeba/53393-ra-ver-apatia-inga-grigoliam-mikheil-saakashvils.html>

⁷⁵ ლ. კუტუბიძე, “2000-2005 წლების ქართული პრესის ძირითადი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ასპექტები” 2009წ. გვ.204.

სტაბილურობიდან კეთილდღეობისაკენ მიმავალმა ე. შევარდნაძემ მედიას თავისუფლება უბოძა, თუმცა პირდაპირი თუ ირიბი წნეხი სამაუწყებლო (ისე როგორც ბეჭდურ) მედიაზე ნაკლებად, მაგრამ მაინც ხორციელდებოდა. იყო შემთხვევები, როდესაც პრეზიდენტის მეუღლე, ნანული ცაგარეიშვილი-შევარდნაძე (ჟურნალისტი, გაზეთ “მშვიდობა ყოველთას” დამფუძნებელი), ტელეკომპანიებში რეკავდა და ეთერით გადაცემული სიუჟეტების გამო უკმაყოფილებას გამოთქვამდა. მის ერთ-ერთ სატელეფონო საუბარს, რომლის შინაარსიც ტელეკომპანია “რუსთავი2”-ის პროგრამა “60 წუთის” ავტორმა და წამყვანმა ა. გოგიჩაიშვილმა განასაჯაროვა, მედიაში აქტიური განხილვა მოჰყვა. *“ნანული შევარდნაძე ნერვიულობდა, ორჯერ დარეკა და მემუქრებოდა კიდევ. მითხრა, ჩემს ქმარს ვინც დაუპირისპირდა, ყველამ კისერი მოიტეხაო”*⁷⁶. მსგავსი და უფრო უხეში თავდასხმები ჟურნალისტებზე არ იყო უცხო, თუმცა შევარდნაძის მმართველობის პერიოდი მედიის, ისე როგორც სიტყვის, თავისუფლების მხრივ, როგორც მის წინამორბედ, ასე მის შემდგომ მმართველთან შედარებით მეტად დემოკრატიული იყო. თუმცა პრეზიდენტ შევარდნაძის ე.წ. უალტერნატივობის პროპაგანდისტული ხაზი მედიის საშუალებით კვლავ ხორციელდებოდა.

პროპაგანდის ახალი ტალღა მოიცავდა დოკუმენტურ ფილმებს, სატელევიზიო ფილმებსა და ვრცელ, პორტრეტული ნარკვევის თუ პორტრეტული ინტერვიუს ჟანრის სატელევიზიო ჟურნალისტურ პროდუქტს. იმისთვის, რომ ნათლად წარმოვაჩინოთ, თუ რა ტიპის პროპაგანდისტული კამპანია მიმდინარეობდა “სტაბილურობიდან კეთილდღეობისაკენ” მიმავალ გზაზე, საჭიროა გავაანალიზოთ სხვადასხვა ჟანრის თითო ნიმუში. ედუარდ შევარდნაძე დამოუკიდებელი საქართველოს პირველი მმართველი იყო, რომლის იმიჯის გამყარებაში კინოპროდუქციაც ჩაერთო. ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნამუშევარი ფრანგული დოკუმენტური ფილმი “ედუარდ შევარდნაძის სამი ცხოვრებაა”. ფილმი 1999 წელს, საპრეზიდენტო არჩევნებამდე გადაღებული. იმ პერიოდში საფრანგეთში ახლად ჩასულ ქართველ რეჟისორს ნინო კირთაძეს, ფილმის გადაღება ცნობილმა კინოკომპანიებმა “არტემ” და “კანალპლიუსმა”

⁷⁶<http://arqivi.net/News-სიახლეები/26872/>

დაუკვეთეს. კირთაძისთვის ეს პირველი დამოუკიდებელი დოკუმენტური ფილმი იყო. რეჟისორი თავადვეა სცენარის ავტორი, ხოლო ოპერატორი რიფკატ იბრაგიმოვია. ქართულ მედიაში გამოქვეყნებული თუ ეთერით გადაცემული ინტერვიუებისას კირთაძე ყოველთვის ემაღლიერება პრეზიდენტს, რომელიც გამოუცდელ რეჟისორს გადაღებაზე დათანხმდა. *“უკვე პარიზში ვცხოვრობდი, როცა დამწვებ რეჟისორს იქაურმა ცნობილმა კინოკომპანიებმა "არტემ" და "კანადაპლიუსმა" დამიკვეთეს ეს ფილმი. მაშინ შევარდნაძე ჯერ კიდევ საქართველოს პრეზიდენტი იყო. მასზე ბევრი ცნობილი რეჟისორი იღებდა ფილმს. მე კი: - გამარჯობა! ნინო კირთაძე ვარ. ვცხოვრობ საფრანგეთში. ჯერ არაფერი გადამიღია, მაგრამ თქვენი პორტრეტის გაკეთება მინდა... - და დამთანხმდა!”⁷⁷* - აცხადებს კირთაძე ინტერვიუში, თუმცა არ აკონკრეტებს, როგორ დაუკავშირდა პრეზიდენტს, იყო თუ არა რაიმე პირობა შევარდნაძის მხრიდან, შეიტანა თუ არა პრეზიდენტმა ან მისი გარემოცვის რომელიმე წევრმა სცენარში რაიმე სახის კორექტივი და ა.შ. რეჟისორი ამგვარ დეტალიზაციას ერიდება, ხოლო საკუთარ პროდუქტს ასე აღწერს: *“ფილმში წარმოდგენილია ერთი ადამიანის სამი ცხოვრება - სამი სხვადასხვა პერიოდი, რეჟიმი და ერთი მმართველი. ეს არის პორტრეტი, სადაც წინა პლანზე ადამიანია. ბევრ რამეზე ვილაპარაკეთ, ფილმი პირადი არქივისა და ინტერვიუს მიხედვით გაკეთდა. მოიცავდა ყველაფერს: ბავშვობას, მენშევიკების პერიოდსა და ცეკას პირველ მდივნობას, ასევე ურთიერთობას მიხეილ გორბაჩოვთან - რატომ გაჩნდა ბზარი და რა გამოიწვია ამან. შემდეგ იგივე პიროვნება ხდება დამოუკიდებელი საქართველოს პრეზიდენტი - როგორ შეიძლება ადამიანის ამგვარი ტრანსფორმაცია, სად მთავრდება ადამიანური შესაძლებლობები და სად იღებს მმართველის ფუნქცია სადავეებს, როგორ მოქმედებს ერთმანეთზე ის, რაც სურს ადამიანს და ის, რასაც მოითხოვს რეჟიმი”⁷⁸*. ფილმი სრულად ეფუძნება ე. შევარდნაძის თხრობას, მის განვლილ გზას ბავშვობიდან - დამოუკიდებელი საქართველოს პრეზიდენტობამდე. მონოლოგი ჩაწერილია მხოლოდ ორ ლოკაციაში. კადრი უძრავია, შევარდნაძე არ იყურება კამერისკენ, თუმცა ხედი ფრონტალურია და მოხრობელი ნახევრად პროფილშია. იქმნება შთაბეჭდილება,

⁷⁷ <http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf>

⁷⁸ <http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf>

რომ ის ბიოგრაფიას თავის მეგობარს უყვება. ასევე აღსანიშნავია, რომ ფილმში გამოყენებულია მხოლოდ სამი ხედი – საშუალო, ნახევრად ახლო და ახლო. მოხრობელის – ე. შევარდნაძის კადრის ცვლა ახლოდან საშუალო ხედზე ნაკლებად მიჰყვება თხრობის ლოგიკურ ჯაჭვს და ხშირად გაუგებარია, თუ რატომ მოახლოვდა ეკრანზე სახე, სადაც განსაკუთრებული ემოცია არ იკითხება და ასე არც უნდა იყოს, რადგან ეს კონკრეტული მომენტი არ არის ერთ-ერთი მორიგი მოთხრობილი ამბის კულმინაცია. ამას გარდა, აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ კადრირების სიმცირის მიუხედავად, რამდენიმე ეპიზოდში კადრი ოპერატორის მიერ არ არის კარგად დაყენებული. რამდენიმე მონაკვეთში კადრში შემოდის “ბუმერი” (მიკროფონი). ასევე, მიუხედავად იმისა, რომ ხედი სტატიკურია და კამერა შტატივზეა დამაგრებული, კადრი ირყევა. აღსანიშნავია თავად ლოკაციებიც. ერთ შემთხვევაში (ფილმის პირველ ნაწილში) მოხრობელი არის ნეიტრალურ ნაცრისფერ ფონზე, ხოლო მეორე კადრში (ფილმის მეორე ნაწილში) - ქვის კედლის ფონზე. განათების დანადგარი კედელს ქვემოდან ანათებს, რაც ფონს მეტად უსახურს ხდის, ხოლო თავად მოხრობელის კადრი, განსაკუთრებით საშუალო ხედისას, უხერხულადაა ამონათებული, რადგან სანათი მის სავარძელს ქვემოდან, უკანა მხრიდან ანათებს. ფილმში გამოყენებულია ქრონიკალური, საარქივო კადრებიც, რაც პერიოდულად ანაცვლებს მოხრობელის კადრს და რამდენიმე ალეგორიული კადრის გარდა, ზუსტად მიჰყვება ფილმის შინაარსობრივ მხარეს. ფილმის მუსიკალური გაფორმება, განსაკუთრებით მეორე ნაწილში, ერთგვარად მიჰყვება თხრობის განწყობას. ფილმის დასაწყისში კი ისე, როგორც შემდეგ, შევარდნაძის უკვე დამოუკიდებელ საქართველოში ჩამოსვლის აღწერას, ასევე აფხაზეთის ომის შესახებ თხრობას, ფონად გასდევს “წინწყარო”. სავარაუდოა, რომ ფილმის ავტორს ეს “მშობლიურობის” განცდის მასტიმულირებლად სჭირდებოდა, თუმცა ემოცია ტექსტის, კადრების და მუსიკის ერთობლიობას არ მოაქვს. თავად ფილმის შინაარსი კი უდავოდ საინტერესოა მათთვის, ვისაც სურს გაიგოს, თუ როგორ აფასებს შევარდნაძე ამა თუ იმ მოვლენას. აქვე აღსანიშნავია, რომ პრეზიდენტი შევარდნაძე ზოგადად თხრობის საინტერესო მანერით გამოირჩეოდა და ამ მხრივ არც ეს ფილმი გამონაკლისი. რაც შეეხება კირთაძის ნამუშევრის

იდეურ მხარეს, ფილმი საქართველოს პრეზიდენტს ცალსახად, მხოლოდ დადებითი კუთხით წარმოაჩენს, რაც ე.წ. “ნახევრად სიმართლის” კლასიკური მაგალითია. მეტიც, შევარდნაძის მიერ მოყოლილი ყველა ისტორია მაყურებლისთვის მკაფიო გზაენილს შეიცავს. დოკუმენტური ფილმის პირველი ნაწილი მოიცავს შევარდნაძის ბავშვობიდან საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა მინისტრობამდე პერიოდს. *“რატო თქმა უნდა, ჩემი დროის და ეპოქის შვილი ვიყავი და ვარ, მაგრამ ის ეპოქა სხვა ეპოქა იყო”* - ასე იწყებს შევარდნაძე ბიოგრაფიის თხრობას. სურათის პირველივე წუთებში ირკვევა, რომ ნიჭიერი, ფრიადოსანი, ლიდერის თვისებებით დაჯილდოებული ედუარდი ერმოვის ასაკიდანვე სადამოუბოთო ესწრებოდა და ჩართული იყო დისკუსიებში თემაზე, რა ტიპის ქვეყანა შენდებოდა, ეს იყო სოციალიზმი თუ რაიმე სხვა. იქვე მთხრობელი იხსენებს, რომ მას მამა ეუბნებოდა, რომ შურისძიება, რომელიც ქვეყანაში ბატონობს, სასიკეთოს არაფერს მოუტანს მოსახლეობას. შევარდნაძის მოგონებას ეყარება ეკლესიების ნგრევის და ლენინის კადრები, რაც ალეგორიულად მიგვითითებს იმის შესახებ, რომ მისი მშობლები მორწმუნენი და ღვთის მოშიშნი იყვნენ. მოწიფულ ასაკში კი შევარდნაძეს პირველი ეჭვი გაუჩნდა იმის შესახებ, რომ არსებული წყობილება შორს იყო იმ პრინციპებისგან, რითიც ბედნიერი საზოგადოება უნდა ჩამოყალიბდეს. კირთაძის ფილმში შევარდნაძე უფრო შორს მიდის და თავს თითქმის დისიდენტად წარმოაჩენს. სურათში პრეზიდენტი ამბობს: *“დავიწყე ფიქრი - სწორია ეს თუ არა, ის რა გზითაც მივდივართ. განსაკუთრებით მას შემდეგ, რაც ხრუშჩოვმა დაიწყო რეფორმები, რომელმაც არ გაამართლა. თითქმის 7 წელი ვიყავი შინაგან საქმეთა მინისტრი, და მე შიგნიდან დავინახე ყველაფერი. მაპატიეთ და ნაგავი შიგნიდან დავინახე. თანდათანობით ჩემში მწიფდებოდა სხვა ადამიანი, მაგრამ ეს ხდებოდა ნელა, თანდათანობით და, რა თქმა უნდა, მარტო ჩემს თავთან. თუ რაიმე ეჭვი დამებადებოდა, ჩემს თავს ვუზიარებდი და ვკამათობდი. ჩემი პარტიული წლები ძალიან მნიშვნელოვანი იყო, მე მაშინ დავინახე, რომ სოციალიზმს არც ეკონომიკაში აქვს მომავალი.”* იქვე შევარდნაძე ამბობს, რომ კომუნისტებსა და პოლიტბიუროს საჯაროდ მხოლოდ იმიტომ აქებდა, რომ საკუთარი ქვეყნისთვის სასიკეთო საქმეები გაეკეთებინა. შევარდნაძის

პატრიოტიზმისა და გმირობის დასადასტურებლად ამ პასაჟის შემდეგ შემოდის 1978 წლის 14 აპრილს განვითარებული მოვლენების თემა. ცენტრალური კომიტეტის მდივნის მიერ ქართული ენის გადარჩენის ისტორია ფილმის პირველი ნაწილის კულმინაციაა. *“1970-იან წლებში მე მივხვდი, რომ რასაც სოციალიზმს ვუწოდებდით - დიქტატურის პირობებში აშენებული სახელმწიფო, ეს იყო ხალხის მოტყუება, მაგრამ მე უკვე მაღალი თანამდებობის პირი ვიყავი და მე უნდა შევნიღბულიყავი, და დავიწყე თანამოაზრეების ძებნა.”* ამ სიტყვებით სრულდება თხრობა, რომელიც მოიცავს კომუნიზმის პერიოდში შევარდნაძის საქართველოში მოღვაწეობას. შესაბამისად, მივიღეთ სურათი, რომლის მიხედვითაც ერთ ღარიბ, ქრისტიანულ ოჯახში დაბადებული, ნიჭიერი ახალგაზრდა მამაკაცი მახინჯ სისტემას მარტო ებრძვის და საკუთარი კარიერის, საკუთარი თავის რისკის ფასად, პატრიოტული გრძნობებიდან გამომდინარე, იხსნის მისი სამშობლოსთვის ყველაზე ძვირფასს. ასეთია კირთაძის მიერ წარმოჩენილი შევარდნაძე. ფილმში არსად - არც პირდაპირ, არც ალევორიულად, არც თხრობისას, არც ქრონიკალურ კადრებში არ არის ასახული ის რეალობა, რაც ფილმის გმირის შინაგან საქმეთა მინისტრობისას იყო საქართველოში. ვგულისხმობთ იმ ე.წ. კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლის ტაღლას, რომელიც ახალგაზრდა მინისტრმა წამოიწყო. მეტიც, ფილმში ასევე არ არის ნახსენები შევარდნაძის მოღვაწეობის ერთ-ერთი ყველაზე მუქი ლაქა – გატაცებული თვითმფრინავის საქმე. *“გადავწყვიტე, ეს პასაჟი ფილმში არ ჩამესვა. არ მინდოდა, ეს ტრაგედია ყოფილიყო კინოში სათამაშო თემა და მიმეწებებინა შევარდნაძის პორტრეტზე. ქართველებს ძალიან უყვართ ერთი “გმირის” აკვიატება, რომელსაც ყველაფერს - ცუდსა თუ კარგს - მიაწერენ. თვითმფრინავის ბიჭების ტრაგედია არ არის მარტივი თემა, არც ფილმია ისეთი, საბჭოთა პერიოდში რომ იღებდნენ რადიკალურად კარგ ან ცუდ ბიჭებზე. ცხოვრება გაცილებით რთულია, ვიდრე მარტივად დაყოფა - ვინ არის კარგი და ვინ - ცუდი”*⁷⁹. ასეთ განმარტებას იძლევა რეჟისორი. თუმცა ფაქტია, რომ ობიექტური დოკუმენტური პორტრეტის შექმნის სურვილისას სრული სურათი იხატება, მან კი გმირის პოლიტიკური მოღვაწეობის ნეგატიური მხარეები

⁷⁹ <http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf>

საერთოდ არ ახსენა. ფილმის მეორე ნაწილი მსოფლიო პოლიტიკაში ედუარდ შევარდნაძის მნიშვნელობაზე მოგვითხრობს. მოკლე კოლაჟის შემდეგ, სადაც ნაჩვენებია, თუ როგორ ხვდება მთხრობელი სხვადასხვა ქვეყნის ლიდერებს, ძირითადი აქცენტი კეთდება მის პირად ურთიერთობებზე სხვადასხვა მნიშვნელოვან პოლიტიკოსთან. *“მე ერთადერთი მინისტრი ვიყავი ვის საპატივცემულოდაც რეიგანი აწყობდა ლანჩს. მიმანიშნებდა ხოლმე – შენ არ ხარ ცუდი, ისინი (პოლიტბიურო) არიან ცუდებიო”*, ამბობს შევარდნაძე და იქვე იხსენებს, თუ როგორ უყვებოდა მას ამერიკის პრეზიდენტი ანეკდოტებს. თხრობას პერიოდულად ანაცვლებს ნაამბობის დამადასტურებელი კადრები, ბირთვული განიარაღების ხელშეკრულების ხელმოწერა, ავღანეთიდან და გერმანიიდან საბჭოთა ჯარების გაყვანა და ა.შ; რაც მეტად მნიშვნელოვან პერსონად წარმოაჩენს მთხრობელს. ჩვენი კვლევისთვის კი ყველაზე საინტერესო მეორე ნაწილის კულმინაციაა, როცა შევარდნაძე საბჭოთა კავშირის რღვევაზე საუბრობს. ფილმის ეს მონაკვეთი კიდევ ერთი დასტურია იმისა, რომ დოკუმენტური ფილმის რეჟისორი მისდევს პროპაგანდისტული ფორმის კლასიკურ ხაზს და “ნახევრად სიმართლის” მეთოდს, “ფაქტის კონსტატაციით” იმავე “ჰოპნოზით” ამყარებს. როგორც ნაშრომის პირველ ნაწილში აღვნიშნეთ, მიზნის მისაღწევად საჭიროა აუდიტორიას მიეწოდოს 10 უტყუარი ინფორმაცია, მეთერთმეტე კი - დამუშავებული. “შევარდნაძის სამი სიცოცხლე” კი სწორედ ამ პრინციპითაა აგებული. ფილმის მეორე ნაწილი, როგორც აღვნიშნეთ, საყოველთაოდ ცნობილი ფაქტების შესახებ მოგვითხრობს, რასაც ადასტურებს ქრონიკალური კადრებიც, თუმცა შემდეგ დგება გარდამტეხი მომენტი, როცა მთხრობელი ამბობს: *“რომ ეუკვირდებოდი, რა ხდებოდა რესპუბლიკებში, ვხვდებოდი, რომ კავშირის შენარჩუნება შეუძლებელი იყო. სხვა დასკვნა თავის მოტყუება იყო”*. ფრაზას ეფარება 1989 წლის 9 აპრილის აქციის დარბევის რამდენიმე კადრი. მთხრობელი ფაქტს არ ახსენებს, აქციის შესახებ ფილმში არაფერია ნათქვამი. შემდეგ კი შევარდნაძე ამბობს, რომ გორბაჩოვი ან უნდა გადამდგარიყო, ან უნდა ებრძოლა რეჟიმის გადარჩენისთვის, თვითონ კი დიქტატურის მოახლოება იგრძნო და გადადგა, რასაც მოჰყვება 1990 წლის საარქივო მასალა – შევარდნაძის სიტყვა საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა

მინისტრის თანამდებობიდან გადადგომის შესახებ. შესაბამისად, კირთაძის ფილმი დამონტაჟებულია ისე, რომ მაყურებელს დარჩეს შთაბეჭდილება, თითქოს 9 აპრილის აქციის დარბევასა და შევარდნაძის დიქტატურის წინააღმდეგ პროტესტის ნიშნად გადადგომას პირდაპირი კავშირი აქვს. კულმინაციას დამაჯერებლობას სწორედ ე.წ. ჰიპნოზი სძენს, როდესაც მანამდე (მეორე ნაწილის დასაწყისიდან, ვიდრე კულმინაციის მომენტამდე) მოხრობლის მიერ გახსენებული ისტორიები სრული ჭეშმარიტებაა, რის უტყუარობასაც, ფაქტობრივი, კადრზე აღბეჭდილი მასალები ადასტურებს. სწორედ კადრების წყალობით, მონათხრობს ყველაზე სკეპტიკურად განწყობილი მაყურებელიც კი ირწმუნებს. დოკუმენტური ფილმის მეორე ლოგიკური ნაწილი მოსკოვის პუტჩისა და ლენინის ძეგლების ჩამოგდების კადრებით სრულდება. ფილმის დასკვნითი ნაწილის დასაწყისს კი ფონად კვლავ “წინწყარო” გასდევს, რაც იმის მანიშნებელია, რომ ამ ნაწილის წამყვანი თემა კვლავ სამშობლო და პატრიოტიზმია, რომლის გამოც მოხრობელი თბილისში დაბრუნდა. *“შე ვიცოდით, რომ სამოქალაქო ომი მძვინვარებდა საქართველოში. ჩემი ჩამოსვლა იყო ძალიან სარისკო. იყვნენ მომხრეები, მაგრამ იყვნენ მოწინააღმდეგეებიც. გადაწყვეტილება მივიღე იმიტომ, რომ ქვეყანას შეველა სჭირდებოდა და ამას ჩემს გარდა ვერავინ გააკეთებდა! რომ ჩამოვედი, ისეთი შეგრძნება მქონდა, თითქოს აღუღებულ კუპრში ჩამიშვეს მთლიანად,”* ამბობს ედუარდ შევარდნაძე. ფილმში აღეგორიული მინიშნებაც კი არ არის იმის შესახებ, რომ - როგორც ქართველ პოლიტიკოსთა, ისე მოსახლეობის ნაწილი მიიჩნევდა, რომ ზემოთ ხსენებული სამოქალაქო დაპირისპირება და საქართველოს პირველი პრეზიდენტის დამხობა სწორედ შევარდნაძეს უკავშირდებოდა. ისეთ “უხერხულ” თემას, როგორიცაა გამსახურდია და მისი მომხრეები, ფილმის ავტორი არ შეხება. სავარაუდოა, რომ ამ შემთხვევაშიც კირთაძეს არ სურდა, რომ ასეთი დეტალები “ყოფილიყო კინოში სათამაშო თემა”. მოხრობელი ფილმში ემოციურად აღწერს აფხაზეთის ომს, რასაც პერიოდულად ედება დაჭრილების, დევნილების მიერ აფხაზეთის დატოვების და სამხედრო ფორმაში ჩაცმული შევარდნაძის ქრონიკალური კადრები. შემდეგი თემა კი ომის შემდგომი საქართველო, დაძაბული შიდაპოლიტიკური ვითარება და პარლამენტში გამართული ხელჩართული

ჩხუბია. მთხრობლის მიერ ლაკონურად და ქრონილოგიურად მოყოლილ ისტორიებს სწორედ ისტორიის შესაბამისი კადრები ეფარება. ფილმის ამ ნაწილის კულმინაცია კი 1995 წელს შევარდნაძის პრეზიდენტად ინაუგურაციაა. *“მიაჩნდათ, რომ რუსეთის აგენტია და სხვა, მაგრამ გადავიტანეთ ეს ყველაფერი. დანგრეული, დარბეული, ერთმანეთზე გადაკიდებული ხალხი, მაგრამ ახლა ქვეყანა ვართ არ ვართ, ყველაზე დაღხენილი, მაგრამ მსოფლიო გვცნობს.”* მთხრობლის ამ სიტყვებს, ფილმის მესამე ნაწილის ერთგვარ ლოგიკურ დასკვნას, ენაცვლება მისი ინაუგურაციის კადრები. კირთაძის მიერ შექმნილი პორტრეტი ამით არ სრულდება. გამბედავი პოლიტიკოსის, გულანთებული პატრიოტის გარდა, შევარდნაძე, ავტორის წარმოსახვით, იდეალური შეყვარებული და მეუღლეცაა. სწორედ პორტრეტის შესავსებად და გმირის უკეთ წარმოსახენად რეჟისორი და სცენარის ავტორი არ ასრულებს დოკუმენტურ ფილმს იქ, სადაც ლოგიკური წერტილია დასმული თავად მთხრობლის მიერ. მოულოდნელად ფილმში შემოდის ახალი მთხრობელი – გმირის მეუღლე ნანული ცაგარეიშვილი-შევარდნაძე, რომელიც მთავარ გმირთან რომანტიკულ შეხვედრას იხსენებს. *“წადვერში ვმუშაობდი პიონერთ ხელმძღვანელად, იქ ჩამოვიდა დასასვენებლად და იქ გავიცანიოთ ერთმანეთი. მერე გაჩაღდა რომანი. ერთი რაღაც უნდა გითხრა-მეთქი, მე მამა 37 წელში დახვრეტილი მყავს და თუკი პარტიულ სკოლაში სწავლობ და აპირებ კარიერის გაკეთებას ეს აუცილებლად ხელს შევიშლის-მეთქი. ერთი წუთით, მართლაც, დაფიქრდა. მთვარიანი ღამე იყო, ლამპიონების შუქიც... და ძალიან კარგად დავინახე, რომ გაფითრდა. შემდეგ მითხრა, ნუ, რა ვქნათ ახლა მამაჩემს მაინც უნდოდა, ექიმი გამოვსულიყავიო”* სიამაყით იხსენებს მეუღლის გაბედულ ქესტს ნანული შევარდნაძე. მის მონათხრობს პერიოდულად ფარავს ძველი ფოტოები, მას კი მოსდევს 1995 წელს შევარდნაძეზე განხორციელებული ტერაქტის ქრონიკალური კადრები და მთავარი გმირის პირველი კომენტარი: *“ესენი არიან ლაჩრები, არაკაცები, ტერორისტები, ეს არის მათი ბოლო მცდელობა. ამ ტერორისტული აქტის შესრულების თავიც არ აქვთ.”* ამ პასაჟით ავტორი ცდილობს, გმირის უპირატესობას კიდევ ერთხელ გაუსვას ხაზი. ე. შევარდნაძეზე შექმნილ ამ დოკუმენტურ ფილმს “ნახევრად სიმართლის” და “ფაქტის კონსტატაციის”

პროპაგანდისტული ხაზის გარდა, ე.წ. ისტორიის გადაწერის მცდელობაც აქვს, რადგან გმირის პოლიტიკურ გზაზე არსებული ნეგატივის დაფარვის გარდა, აშკარაა ნინო კირთაძის მცდელობა, შეაღამაზოს და შეცვალოს ისტორიული რაკურსი, როგორც ეს 9 აპრილის ან თუნდაც შევარდნაძის უკვე დამოუკიდებელ საქართველოში ჩამოსვლის ეპიზოდშია წარმოჩენილი.

კირთაძის ფილმის მსგავსად, შევარდნაძის კულტის შესაქმნელად მუშაობს ტელევიზიაც. იმავე პერიოდში სახელმწიფო ტელევიზიის პირველი არხი გარე ტელეპროდუქციის მწარმოებელ “სუდია აუდიენციისგან” ყიდულობს ჟურნალისტ თამარ ცაგარეიშვილის საავტორო გადაცემათა ციკლს “შიამბეთ თქვენზე”, სადაც ერთ-ერთი პირველი რესპონდენტი სწორედ საქართველოს პრეზიდენტი ედუარდ შევარდნაძეა. ტელეპროექტის სახელი თავად მიუთითებს შინაარსზე. აქ მთავარი პერსონაჟი საკუთარ თავზე მოუთხრობს მაყურებელს, რასაც თან ახლავს ავტორის კომენტარები. იქედან გამომდინარე, რომ გადაცემა საავტოროა, ჟურნალისტი თავს უფლებას აძლევს, გმირი შეაფასოს. კირთაძის ფილმთან შედარებით, ჟურნალისტი ცდილობს - იყოს ობიექტური და პრეზიდენტს რამდენიმე მისთვის უხერხული დეტალიც შეახსენოს, თუმცა ხსენებული, “ნახევრად სიმართლის” მეთოდის მეტად პროფესიონალური განხორციელებაა. გადაცემის დასაწყისშივე პრეზიდენტი თავად იხსენებს გმირულ საქციელს, თუ როგორ მოახერხა კომუნისტურ ეპოქაში ქართული ენის დაცვა. *“გამოვაცხადე, რომ ბიუროს წევრებმა ვითათბირეთ და გადავწყვიტეთ, რომ შენარჩუნებული იყოს ის დებულება, რომელიც იყო ჩაწერილი კონსტიტუციაში – ანუ ქართული ენა რჩება სახელმწიფო ენად. ვერ ავიწერთ, რა ხდებოდა. იმ დარბაზში ხომ კომუნისტები, რაიკომის მდივნები, მინისტრები ისხდნენ სულ, ერთმანეთს ეხვევიან, კოცნიან, ულოცავენ და მეც, სიმართლე გითხრათ, ბოღმა მომაწვა ეელში, რომ ესე იგი - აქ, პარტიულ ელიტაში, როგორ განიცდიან; და მაშინ ჩემთვის ვთქვი, გავაკეთე დასკვნა, რომ პატრიოტიზმი დაკარგული არ არის”* – ამბობს ედუარდ შევარდნაძე. პატრიოტი კომუნისტის საქციელს კი გადაცემის ავტორი ასე აფასებს: *“ეს დღე განსაკუთრებული იქნება როგორც საქართველოს ისტორიაში, ისე მისი ლიდერის ცხოვრებაში. ხალხი მას ნდობასა და პატივისცემას ღიად დაუდასტურებს. შევარდნაძეს კიდევ ბევრჯერ მოუწევს*

ექსტრემალურ ვითარებაში საკუთარი ნების გამოცდა და გაბედულების დამტკიცება. 80-იანი წლების დასაწყისში მისთვის საბოლოოდ ცხადი ხდება, რომ სისტემა, რომელსაც წლების განმავლობაში ემსახურებოდა, განწირულია, კრიზისული ვითარებაა ეკონომიკაში, პოლიტიკაში, სწორედ ამ დროს იმპერიის სათავეში მიხეილ გორბაჩოვი, მისი დიდი ხნის მეგობარი - მოდის.” გადაცემის დიდი ნაწილი ეთმობა შევარდნაძის საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა მინისტრობის პერიოდს. ამ მონაკვეთში მაყურებლისთვის განკუთვნილი ძირითადი გზავნილი ისაა, რომ სწორედ შევარდნაძე უმტკიცებდა პირადი საუბრებისას მიხეილ გორბაჩოვს, რომ სისტემა უნდა დაინგრეს. იქვე ხაზგასმულია საქართველოს პრეზიდენტის როლი მსოფლიო უსაფრთხოების საკითხებში. მეტიც, რჩება შთაბეჭდილება, რომ სწორედ შევარდნაძის წყალობით გადაურჩა ევროპა და აშშ მესამე მსოფლიო ომს. პასაჟის კულმინაცია კი შევარდნაძის პირადი ახლო ურთიერთობებია სხვადასხვა ქვეყნის ლიდერებთან. “დაიწყო პირადი ურთიერთობები, ოჯახებში მისვლა, ოჯახების გაცნობა და დავმეგობრდით, ახლაც ვმეგობრობთ. აი, ამან გადაწყვიტა - ამ პირადმა ურთიერთობებმა, სხვათა შორის არა მარტო საგარეო საქმეთა მინისტრებთან, ძალიან ხშირი სტუმარი ვიყავი პრეზიდენტების, მაგალითად, პრეზიდენტ რეიგანთან თხუთმეტჯერ მაინც ვარ ნამყოფი. ყველა შეხვედრა შემიძლია აღვწერო. საინტერესო იყო, ძალიან საინტერესო. სხვათა შორის, თვითონ რეიგანი არ იყო ძალიან მცოდნე ამ ამბების. აიწყებდა, რაც წასაკითხი ჰქონდა, წაიკითხავდა და რომ ეუბასუხებდი, მერე ეტყოდა შუღცს, აბა ჩაერთე და ახლა შენ უბასუხეო; თუმცა მერე და მერე გათბა, ძალიან გათბა და ძალიან მენდობოდა. ასევე მამა ბუშიც, იმაზე აღარც ვსაუბრობ, ჩვენ მეგობრობის დონეზე ვიყავით. ასე რომ - ეს იყო ჩემი პირველი სამი წელი ნდობის განმტკიცების, ნდობის დამკვიდრების და იმ რწმენის განმტკიცების წლები, რომ თურმე შეიძლება ცივი ომი დამთავრდეს. არის ამის რეალური პერსპექტივა და ამ ცივი ომის გაჩაღებაში ჩვენ ვართ დამნაშავენი. პირველ რიგში, საბჭოთა კავშირი არის დამნაშავე.” შევარდნაძის ამ მონათხრობს იქვე ამყარებს ავტორი. ობიექტურობის შესანარჩუნებლად და შიშველი პროპაგანდის შენიღბვის მიზნით, ის გარდაქმნის ავტორებს – აქებს, თუმცა შემოაქვს ახალი

პრობლემატ. “გორბაჩოვი შევარდნაძეს სწრაფი ათვისების სისტემას ეძახდა და, მართლაც, მან სულ ცოტა ხანში მოახერხა ახალი საქმიანობისთვის აღდგომა. არადა გარდაქმნის იდეოლოგია წინაშე ურთულესი ამოცანები იდგა, მსოფლიოს ერთ მეექვსედ ნაწილში საშინაო და საგარეო პოლიტიკა ძირეულად უნდა შეცვლილიყო. ბირთვული განიარაღების დაწყება, ამერიკის შეერთებულ შტატებთან და მეზობელ ქვეყნებთან ახალი საკომუნიკაციო ენის გამონახვა, აღმოსავლეთ ევროპიდან საბჭოთა ჯარების გამოყვანა და უამრავი სხვა. გორბაჩოვი და შევარდნაძე ნაბიჯ-ნაბიჯ ახორციელებდნენ ამ პოლიტიკას. საგარეო ფრონტზე მიღწეული წარმატებების მიუხედავად, “პერესტროიკამ” დიდი პრობლემები შექმნა ქვეყანის შიგნით და ეროვნულ-გამათავისუფლებელ მოძრაობას მისცა ბიძგი. 1989 წლის 7 აპრილს გორბაჩოვი და შევარდნაძე ლონდონიდან ვნუკოვოს აეროპორტში დაეშვნენ.” ავტორის ტექსტს იმ პერიოდში საქართველოში მიმდინარე აქციების კადრები ეფარება. ედუარდ შევარდნაძემ პირველად სწორედ ამ გადაცემაში ღიად დაადანაშაულა საქართველოს ცენტრალური კომიტეტის მდივანი ჯუმბერ პატიაშვილი 1989 წლის 9 აპრილის აქციის დარბევაში. ცხადია, რომ გადაცემის ამ ნაწილის მიზანი აქციის დარბევის გადაწყვეტილებიდან მისი სახელის ჩამოშორება იყო, რადგან პრეზიდენტი სამ დღეს - 7-დან 9 აპრილის ჩათვლით - საათობრივად აღწერს. მისი მონათხრობი იმდენად დეტალურია, რომ მოსახლეობას ზედმეტი, პასუხგაუცემელი კითხვა არ რჩება. არც ავტორი სვამს ე.წ. კონტრშეკითხვას, თუმცა ისეთ გამოცდილ ჟურნალისტს, როგორიც თ. ცაგარეიშვილია, არ შეიძლებოდა არ გასჩენოდა დამატებითი კითხვა - განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც შევარდნაძე აცხადებს, რომ: “აი, იმ ღამეს მოხდა ის, რაც თქვენ ძალიან კარგად იცით და რაც შეიძლებოდა არ მომხდარიყო. რისი თავიდან აცილებაც სავსებით შესაძლებელი იყო.” ამ მონაკვეთში ამომაგალი წერტილი და მიზანი არის ის, რომ მაყურებელი საბოლოოდ დარწმუნდეს გადაცემის გმირის უცოდველობაში. “შე მართლა არ ვიყავი საქმის კურსში და ეს მოხდა ისე, რომ მე ხელი ამაში გასვრილი არ მაქვს,” – ამბობს შევარდნაძე. მიუხედავად იმისა, რომ ავტორი გმირის მიერ მონათხრობი თითოეული დასრულებული ისტორიის შემდეგ ერთგვარ შეფასებას აკეთებს და ახალ

თემაზე გადადის, 9 აპრილის ისტორია თამარ ცაგარეიშვილმა არ შეაფასა და შევარდნაძის მხოლოდ ზოგადი ქებით შემოიფარგლა. “შევარდნაძეს საგარეო საქმეთა მინისტრის პოსტი 5 წელი და 6 თვე ეკავა. დიდი გარდაქმნების ყველა მიღწევა და მარცხი მის სახელთანაა დაკავშირებული. ცივი ომის შეწყვეტა, მსოფლიოს უდიდეს სახელმწიფოებთან ურთიერთობების დამყარება, ავღანეთიდან და აღმოსავლეთ ევროპიდან ჯარების გამოყვანა, ბერლინის კედლის ნგრევა. რომ არა ასეთი პოლიტიკა, საშიშროება იყო ევროპის ცენტრში მესამე მსოფლიო ომის დაწყებისა. მის სახელს მსოფლიოს უდიდეს პოლიტიკოსთა შორის იხსენიებენ. მაგრამ პერესტროიკას ჰქონდა მეორე, შეუძღვარი მხარე, რის გამოც, დემოკრატიული გარდაქმნების ავტორებს უმკაცრეს ბრალდებას – დიდი საბჭოთა იმპერიის მიზანმიმართულ დაშლას უყენებდნენ.” გადაცემაში გმირი საქართველოში დაბრუნების შესახებ ემოციურად ჰყვება. რჩება შთაბეჭდილება, რომ არა უსაზღვრო პატრიოტიზმის გრძნობა, შევარდნაძე ქვეყნის სათავეში არ მოვიდოდა. “ერთი რამ მინდა გითხრათ, ყველაზე მეტად რამ გამოიცა – როცა ვნახე ეს რა არის - სამოქალაქო ომი და ღალატი აფხაზეთში ნამდვილი ღალატი, 100%-იანი ღალატი, აი მაშინ ვკითხე ჩემს თავს, რა მოხდა, ვინ შეცვალა ჩემი ხალხი. მე სხვა ხალხი დავტოვე და დამხვდა სულ სხვა ხალხი, ძმა ძმას თოფით რომ დასდევს.” მოღალატეებში შევარდნაძე პრეზიდენტ გამსახურდიასა და მის მომხრეებს გულისხმობს და მათ აფხაზეთის დაკარგვაში ადანაშაულებს. “მე ბოლომდე მჯეროდა, რომ სოხუმს შევინარჩუნებდით. მახსოვს ღამის 2 საათზე შტაბში თათბირი, რომელსაც მე ვატარებ და ვეკითხები, 5 ბატალიონი იდგა მდინარესთან, არის თუ არა დაცული ფუნიკულიორი, ბატალიონის მეთაური, რომელიც იცავდა მაღალ წერტილებს, იქ იყო, ასე თქვა, თქვენ სხვა საკითხებზე იფიქრეთ, ფუნიკულიორი დაცულია, იქ ერთი კაციც ვერ ამოვაო. ნუ, ახლა არ დაუჯერო, არ შეიძლება. დილით ადრე ავდექი, ვხედავ ნახევარი სოხუმში დაცარიელებულია, ქალები, ბავშვები გარბიან. იმ წუთში მივედი მთავრობის სახლში უიული შარტავასთან, ვიკითხე, რაშია საქმე, მითხრეს, ბატალიონები მოიხსნენ, მიიღეს ბრძანება ექსპრეზიდენტისგან და მოიხსნენ. ჩავჯექი მანქანაში, წავედი, სადაც ეს ბატალიონები უნდა მდგარიყვნენ, აღარავინ იყო. მიტოვებული

ყაზარმები. გამოგებრუნდი უკან, მოვედი შტაბში, დამხვდა გია ყარყარაშვილი, ჯაბა იოსელიანი და კიდევ რამდენიმე კაცი. სხვათა შორის მე და ჯაბა ჩავედით ქვემოთ ბატალიონები რომ მიდიოდნენ და დავდექით მათ პირდაპირ. ეუთხარი, ბიჭებო, რას შევებით, არაა ყველაფერი დაკარგული, თქვენთან ვიქნებით, არსად მივდივართ, მაგრამ გადაწყვეტილი ჰქონდათ ყველაფერი. ბრძანება ჰქონდათ მიღებული. ეს იყო ჩემს ცხოვრებაში ყველაზე დიდი, მწარე განცდა სინანულისა და ტრაგიზმის, როდესაც მე დავინახე, რომ მორჩა, სოხუმი დაკარგულია.”

ყოფილი პრეზიდენტის მისამართით მძიმე ბრალდების წაყენებისა და ღალატის მოტივით თავის გამართლების გარდა, გადაცემაში დაცულია არცთუ უმნიშვნელო პროპაგანდისტული ხაზი. ამუშავებულია ე.წ. “ჩანაცვლების პრინციპი”, რადგან შევარდნაძე გამსახურდიას სახელს შეგნებულად არ ახსენებს. ასოციაციურად მაყურებლის მეხსიერებაში, ანუ აუდიტორიის “გონებაში სურათებად” იბეჭდება არა ექსპრეზიდენტი ზვიად გამსახურდია, არამედ ექსპრეზიდენტი მოღალატე. აქვე აღსანიშნავია, რომ აფხაზეთის ომის დროს დაშვებულ კონკრეტულ სამხედრო ტაქტიკურ შეცდომებსა და რუსეთის ფედერაციასთან გაფორმებულ, თავიდანვე განწირულ ხელშეკრულებებზე საუბარი საერთოდ არ არის. ამ ფონზე კი გადაცემის ავტორი პრეზიდენტს აღმატებულ ხარისხში მოიხსენიებს. “ახალი ევროპის ერთ-ერთი არქიტექტორი ყველაზე დიდი განსაცდელის წინაშე საკუთარ სამშობლოში აღმოჩნდა. მაგრამ უკან არ და ვერ დაიხევდა. ბევრი რამ ჰქონდა გასაკეთებელი. ერთი და უმთავრესი შორს გამიზნული გეგმა საქართველოს გეოპოლიტიკით, მისი მდებარეობით, დიდი სახელმწიფოების დაინტერესება იყო; მაგრამ ეს მხოლოდ მას შემდეგ, რაც ქვეყნის შიდა ეკონომიკური, კრიმინოგენური, სოციალური პრობლემები მოგვარდებოდა. მოხერხდებოდა საქართველოს იზოლაციიდან გამოყვანა და მის სასარგებლოდ საერთაშორისო სტრუქტურების ამოქმედება. შევარდნაძეს თავისი დიდი ავტორიტეტისა და გავლენიანი მეგობრების დიდი იმედი ჰქონდა. გერმანელებს შეგვიძლია ედუარდ შევარდნაძეს მადლობა იმით გადავუხადოთ, რომ მის სამშობლოს დავეხმარეთ, ასეთ განცხადებას გააკეთებს ჰანს ლიტრიხ გენშერი და იმავეს მოიმოქმედებენ მისი სხვა მეგობრებიც. შევარდნაძე ხან განდიდებული და დაფასებული, ხან კი ნაღალატეები და

შეურაცხყოფილი ნელ-ნელა დაიწეებს მიზნისკენ სვლას,” – ამბობს ავტორი. გადაცემის ფინალისკენ კი შევარდნაძე მაყურებელს უყვება, როგორ ჩამოაყალიბა თავისუფალი მედია, შესაბამისად, ყალიბდება თავისუფალი საზოგადოება, რაზეც ოცნებაც კი შეუძლებელი იყო. პრეზიდენტი ამბობს, რომ მან მოახერხა საერთაშორისო საზოგადოების საქართველოთი დაინტერესება. გადაცემის ყველაზე მნიშვნელოვანი გზავნილი კი ავტორის ამაღელვებელი, ფინალური ტექსტია, სადაც ნათლად იკვეთება მიზანიც – საქართველოს მოქალაქეებმა მის სახელოვან პრეზიდენტს ჯეროვანი პატივი უნდა მიაგონ. “საქართველოს პრეზიდენტი. დიდი და მძიმე გამოცდილებით, მიღწევებით, შეცდომებითა და ტკივილით. სიყვარულით დაჯილდოებული და გულისწყრომით დასჯილი, წარმატებული და აღიარებული, ზოგჯერ კი თავის მძიმე ტვირთთან მარტო დარჩენილი. ყველა გაიგებს? ყველა მიხვდება თქვენს მისიას? ჰკითხავს მას ღინგიზ აიტმატოვი და შემდეგ თვითონვე დასძენს, რას იზამთ, ასეთები არიან ადამიანები. ასეთია საზოგადოების არსი. ასეთია ლიდერის ხეიდრი.”

საქართველოს სახელმწიფო ტელევიზიის ბადეში (1997წ.) არსებობდა ასევე ჟურნალისტ ქეთევან სადღობელაშვილის საავტორო გადაცემა “ეპოქა”. აქაც ერთ-ერთი პირველი რესპონდენტი პრეზიდენტი იყო. თ. ცაგარეიშვილის გადაცემისგან - “მიამბეთ თქვენზე” - განსხვავებით, “ეპოქის” ფორმატი უფრო თავისუფალი და “მოყვითალო” იყო. სერიოზულ თემებთან ერთად, ჟურნალისტი სვამს ისეთ კითხვებს როგორებიცაა: იუმორი თუ არის მნიშვნელოვანი დიპლომატიაში? პრეზიდენტის დღის რეჟიმი? რამდენი საათი სძინავს საქართველოს პრეზიდენტს? როგორია პრეზიდენტის მენიუ? როგორია პრეზიდენტის გარდერობი და ა.შ. შეკითხვებს კადრს მიღმა ჟურნალისტიც ახმოვანებს და ტიტრად კადრშიც ამოდის. გადაცემის ხასიათი და მიზანი არ განსხვავდება ზემოთ განხილული გადაცემისა და დოკუმენტური ფილმისგან. ამ შემთხვევაშიც მაყურებლის წინაშე ედუარდ შევარდნაძე წარმოდგენილია - როგორც მეტად პრინციპული და თავგანწირული ლიბერალი. *“გაიხსენეთ, რა პრინციპების გამო დავტოვე საგარეო საქმეთა მინისტრის პოსტი. ცხოვრების მიზნად მე დავისახე რეფორმა,” – ამბობს შევარდნაძე, რომელიც ამ გადაცემაშიც კიდევ ერთხელ ახსენებს მოსახლეობას მის ჰეროიკულ წარსულს*

– 1978 წლის 14 აპრილს. გადაცემაში წამოჭრილ მძიმე საკითხებს ფინალისკენ ანაცვლებს ე.წ. “მოყვითალო” კითხვები. სწორედ ამ “მსუბუქი” დიალოგით იხატება პრეზიდენტის პორტრეტი, რომელსაც დღე-ღამეში მხოლოდ 5 საათი სძინავს და ძილშიც ქვეყნისა და მოსახლეობის კეთილდღეობაზე ფიქრობს. *“ჩემი მორალი მე იმას მკარნახობს, რომ - თუ მე ვერ ვგრძნობ თავს ჯანსაღად, რომ სრული დატვირთვით ვიმუშაო, მაშინ დავტოვებ პოსტს,”* - ამბობს გაღიბერალებული კომუნისტი, რომელიც თავდადებისა და ერთგულების სანაცვლოდ არაფერს ითხოვს. *“პრეზიდენტის გაფეტიშება ძვირად უჯდება ქვეყანას, მე სიყვარულზე არ ვლაპარაკობ, უბრალოდ მინდა ჩემს ხალხს ჩემი ესმოდეს,”* - ასეთია შევარდნაძის პოზიცია. პრეზიდენტის მიერ გაცხადებულმა ამ სურვილმა გამოცდილ ჟურნალისტს, როგორიც გადაცემა “ეპოქის” ავტორია, უნდა გაუჩინოს კითხვა: ხომ არ მიიჩნევს პრეზიდენტი, რომ ქვეყნის პირველ პირსა და მოსახლეობას შორის გარკვეული ბარიერია აღმართული? ან თუნდაც, რატომ ფიქრობს პრეზიდენტი, რა არის მიზეზი იმისა, რომ მოსახლეობას მისი არ ესმის? მსგავსი კითხვები გადაცემაში არ დასმულა, ან ვის გულისხმობს გაფეტიშებულ პრეზიდენტში? თუმცა სავარაუდოა, რომ ამ ნაწილზე ავტორმა იფიქრა და გარკვეული უხერხულობის თავიდან ასაცილებლად, - კითხვა პასუხგაუცემელი არ დარჩეს, ან მაყურებელმა არ იფიქროს, რომ შევარდნაძე მოსახლეობას საყვედურობსო, - ოსტატურად თავად პასუხობს. გადაცემიდან ვიგებთ, რომ ედუარდ შევარდნაძის ზოლიაქოს ნიშანი მერწყულია. ავტორი კი კადრს მიღმა ამბობს, რომ *“მერწყული წინ უსწრებს თავის ეპოქას!”* სწორედ ეს არის პასუხი კითხვაზე, თუ რატომ აქვს პრეზიდენტს ნაკლებობის განცდა და სურვილი, მოსახლეობას მისი მეტად ესმოდეს. შესაბამისად, პრეზიდენტის ნათქვამში არც საყვედურის ტონია, არც საწყენია რაიმე. ბრალოდ, ქვეყნის ლიდერის თუ არ გვესმის, ეს იმიტომ ხდება, რომ მან ეპოქას გაუსწრო, შესაბამისად, მის გადაწყვეტილებებს პატივი უნდა ვცეთ და დავემორჩილოთ. ის ხომ უაღტერნატივოა. ასე იშიფრება სახელმწიფო ტელევიზიის მიერ დამზადებული პროდუქტის ძირითადი გზავნილი.

შევარდნაძეზე შექმნილი არაერთი ვრცელი, პორტრეტული ტიპის გადაცემის გარდა, რომელიც სეზონური გადაცემების ფორმატში კეთდებოდა,

იყო სპეციალური ერთჯერადი გადაცემებიც, სადაც მთავარი ფიგურა სწორედ ედუარდ შევარდნაძე იყო. ერთ-ერთი ასეთი ტიპის ერთჯერადი, ვრცელი, ერთსაათიანი ინტერვიუ სახელმწიფო ტელევიზიით 1998 წლის 13 აპრილს გადაიცა. პრეზიდენტთან ინტერვიუს ლიტერატორი კობა იმედაშვილი უძღვებოდა. ედუარდ შევარდნაძე დეტალურად ჰყვება ისტორიას იმ მოვლენების შესახებ, რაც 1978 წლის 14 აპრილს, კონსტიტუციის შესწორების მიღებისას განვითარდა. საგულისხმოა, რომ ინტერვიუს არა სახელმწიფო ტელევიზიის რომელიმე ჟურნალისტი, არამედ სწორედ ლიტერატორი იმედაშვილი უძღვება (მართალია, კობა იმედაშვილი იმ პერიოდში მუშაობდა ტელევიზიაში, თუმცა ის ერთ-ერთ ხელმძღვანელ პოსტზე იყო და არ მიჰყავდა რეგულარული გადაცემები, მით უფრო - პოლიტიკოსებთან ინტერვიუები). მიუხედავად იმისა, რომ ხსენებული სპეციალური გამოშვების დასაწყისში ტიტრად არის წარწერა - ინტერვიუ საქართველოს პრეზიდენტთან, ის სცდება კლასიკური ინტერვიუს ფორმებს. ამ შემთხვევაში ბ-ნი იმედაშვილი არა ინტერვიუერი, არამედ თანამოსაუბრეა, რომელიც თანაბრად გამოთქვამს მოსაზრებებს და ჰყვება 20 წლის წინ განვითარებული მოვლენების შესახებ. ასევე მისი ფუნქციაა, შეახსენოს პრეზიდენტს ყველა ნაბიჯი, რათა გმირს ავტოპორტრეტის შექმნისას არცერთი მცირე დეტალიც არ გამოერჩეს. ის, თუ რა დიდი როლი ითამაშა ცენტრალური კომიტეტის მაშინდელმა მდივანმა ქართული ენის სტატუსის შენარჩუნებისთვის, მაყურებლისთვის ცნობილი იყო და ამ მიზეზით შევარდნაძე მოსახლეობის პატივისცემას გულწრფელად იმსახურებდა. ამ პატრიოტული ნაბიჯის შეხსენება, განვითარებული მოვლენებიდან 20 წლის შემდეგ, ლოგიკურიც იყო, თუმცა ისმის კითხვა რატომ უძღვება საუბარს კობა იმედაშვილი? სპეციალური გადაცემის მთავარ გზავნილს არა გმირი, არამედ სწორედ ინტერვიუერი დასაწყისშივე აღნიშნავს. *“ამ კონსტიტუციის მიღება, ბატონო ედუარდ, გულწრფელად რომ ვითხრათ, იმ პერიოდში, საბჭოთა სინამდვილეში, მოსახლეობისთვის ბანალური იყო და მაინცდამაინც ძალზე არავინ დაინტერესებულა ამით. თავი არავის მოუკლავს იმის გასარკვევად, იქ რა წერია და რა არ წერია. იმავე ლიტერატურის ინსტიტუტის, მწერალთა კავშირისა თუ ახალგაზრდობის ყურადღება მიექცა კონსტიტუციას მხოლოდ*

მაშინ, როდესაც თქვენ თქვით, და მე ვეძებდი ამ ჩანაწერს, მაგრამ არქივებში ვერ ვნახე, რომ არის ერთი ფორმულირება, რომელიც დასამუშავებელია და იმედი მაქვს, ჩვენი მწერლები ამ ფორმულირებას მოგვაწვდიან. საქმე ეხებოდა სწორედ ქართული ენის სტატუსს. აი, ამან გამოიწვია დაინტერესება და ყველამ მიაქცია ყურადღება. აი, თქვენ იყავით საწყისი, რამაც გაუკეთა ინსპირაცია შემდგომ მოვლენებს, მთელ პროცესს და, რა თქმა უნდა, პროცესის დამამთავრებელიც თქვენ ბრძანდებოდით,” – ამბობს ინტერვიუს დასაწყისში კობა იმედაშვილი. სავარაუდოა, რომ სწორედ ამ გზავნილის გამოა პრეზიდენტის თანამოსაუბრე შერჩეული. ამ ტექსტს სახელმწიფო ტელევიზიის წამყვანი ჟურნალისტიც იტყოდა, თუმცა, როგორც ირკვევა, ამ ფაქტის დამადასტურებელი ვიდეო ან აუდიომასალა არ არსებობს. შესაბამისად, ჟურნალისტის მხრიდან საქართველოს ცენტრალური კომიტეტის პირველი მდივნის ანტისაბჭოთა დემონსტრაციის ინსპირატორად გამოცხადება ნაკლებ დამაჯერებელი იქნებოდა. ასეთი ფორმულირების გარეშე კი შევარდნაძის მხრიდან საკუთარ თავზე ამ ტიპის განაცხადის გაკეთება უხერხულია. ამ შემთხვევაში ჟურნალისტმა შესაძლოა “ანონიმური ავტორიტეტი” გამოიყენოს, თუმცა “მოწმეების” ხერხის გამოყენება გაცილებით იოლია, მით უფრო მაშინ, როდესაც “ანონიმური ავტორიტეტის” ნაცვლად შევარდნაძის დისიდენტური საქმიანობის ცოცხალი მოწმე მოიძებნა. თუკი მანამდე შევარდნაძეს საქართველოს მოსახლეობა ცენტრალური კომიტეტის მდივნობის პერიოდში მიღებული გადაწყვეტილების გამო პატივს სცემდა, ამ სპეციალურმა ინტერვიუმ ცხადყო, რომ ის ორმაგად დასაფასებელია ქართველთათვის.

საქართველოს სახელმწიფო ტელევიზიისთვის შევარდნაძისადმი მიძღვნილი სპეციალური გადაცემები იშვიათობას არ წარმოადგენდა. საქართველოს პრეზიდენტის უცხოეთში ან უცხოელი მაღალი რანგის სტუმრების საქართველოში ვიზიტის შემდგომ, საღამოს საათებში, მთავარი საინფორმაციო გამოშვების შემდეგ, ეთერში სახელდახელოდ მომზადებული სპეციალური გადაცემები გადიოდა. მეტიც, წლების განმავლობაში სახელმწიფო ტელევიზიაში (სანამ ის საზოგადოებრივ მაუწყებლად ტრანსფორმირდა) არსებობდა “სპეციალურ გადაცემებზე” მომუშავე ჯგუფი, რომელიც

პრეზიდენტის წარმატებებს სტიქიურად აშუქებდა (ამ ტიპის გამოშვებები სამაუწყებლო ბადით არ იყო გათვალისწინებული).

კიდევ ერთი სატელევიზიო ფორმატი, რომელიც შევარდნაძეს დადებითი კუთხით წარმოაჩენდა და მაყურებელს მისი უალტერნატივობის განცდას უნერგავდა, იყო ყოველთვიური გადაცემა “ალო, პრეზიდენტი გისმენო”. გადაცემის წამყვანი ჟურნალისტი ლუბა ელიაშვილი, სხვადასხვა სამაუწყებლო და ბეჭდური მედიის წარმომადგენლებთან ერთად, პირდაპირ ეთერში უსვამდა აქტუალურ კითხვებს საქართველოს პრეზიდენტს. გადაცემის მსვლელობისას მაყურებელსაც ჰქონდა შესაძლებლობა, ტელეფონის საშუალებით შევარდნაძისთვის კითხვა დაესვა. პრეზიდენტი ქუჩაში წინასწარ ჩაწერილ შეკითხვებსაც პასუხობდა. ეს ფორმატი არ არის საქართველოს ტელევიზიის მიგნება. მსგავსი ტიპის დიალოგი ჟურნალისტებთან და მოსახლეობასთან მრავალი ქვეყნის მეთაურს აქვს.

პროექტი უნდა ყოფილიყო სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების მაგალითი. შევარდნაძეს არ ჰქონდა მოთხოვნა, რომ წინასწარ სცოდნოდა შეკითხვები. გადაცემის პროდიუსერის მიერ (გადაცემის პროდიუსერი თავად გახლდით რ.ჭ.) პირადად მიტანილ სავარაუდო კითხვარს პრეზიდენტი არ ეცნობოდა და უკან ატანდა. პრეზიდენტი ყველა ჟურნალისტთან ცდილობდა, არ გასცდენოდა დემოკრატიულობის ჩარჩოებს. მეტიც, ყოველი შეხვედრისას ზემოთ ხსენებული გადაცემის წამყვანსა და პროდიუსერს მოუწოდებდა, ეთერში ის საკითხები დასმულიყო, რასაც თავად ჩათვლიდნენ საჭიროდ, თუმცა ამ ღია ურთიერთობის მიღმა იყო ტელევიზიის ხელმძღვანელი, რომელიც გადაცემის სცენარს პუნქტობრივად გადიოდა და შეხედულებისამებრ ცვლიდა ამა თუ იმ კითხვის ფორმულირებასა თუ რაკურსს. ასევე აქტუალური იყო წამყვანის თვითცენზურაც, რაც, ხშირ შემთხვევაში, პირდაპირ ეთერში დასმული აქტუალური საკითხის გამწვავებას არათუ ამძაფრებდა, არამედ ანეიტრალებდა.

ზემოთ განხილული სხვადასხვა სატელევიზიო ფორმატიდან და მათი შინაარსიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ დემოკრატიულობის მანტიის მქონე, ერთი შეხედვით, მეტად თავისუფალი მასმედიის მიუხედავად, აშკარაა უხეში და პირდაპირი პროპაგანდისტული ტელე- თუ კინოპროდუქციის

დამზადება. კომუნისტურიდან დემოკრატიულ პრინციპებზე ტრანსფორმირების მიუხედავად, ნათელია, რომ ჩვენ მიერ გაანალიზებული სხვადასხვა მიმართულების პროდუქტიდან, მართალია, მოდერნიზებული, მაგრამ მაინც საბჭოური ტიპის პროპაგანდისტული ხაზი იკვეთება, რომლის მიზანიც ერთი კონკრეტული პირის კულტის შექმნა და გამყარებაა. იდეალური წარსულის, დიდი პოლიტიკური გამოცდილების მქონე პროფესიონალი, თანამედროვე მსოფლიო გეოპოლიტიკის არქიტექტორი, რომელიც დროს უსწრებს და მოსახლეობის მაგივრად ფიქრობს – ასე წარმოაჩენს შევარდნაძეს მასზე შექმნილი სხვადასხვა მედიაპროდუქტი.

მზადება რევოლუციისთვის

1995 წლიდან ქართულ პოლიტიკურ ცხოვრებაში გააქტიურდა ოპოზიცია, რომლის ძირითადი დასაყრდენი დამოუკიდებელი სამაუწყებლო კომპანია “რუსთავი2” იყო. *“პროცესებში აქტიურად ჩაერთო სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი-2“, გაზეთი „24 საათი“, სხვა მედიასაშუალებები, რომლებიც, შეიძლება ითქვას, ასრულებდნენ ოპოზიციური პოლიტიკური ძალების პირდაპირ დაკვეთას, უწევდნენ მათ ფართო პიარკამპანია და ჟურნალისტური პრინციპებისა და პროფესიული ეთიკის სრული უგულებელყოფით ღიად მოუწოდებდნენ საზოგადოებას ხელისუფლების შეცვლისა და გადადგომისაკენ”⁸⁰*. ასე აფასებს შექმნილ ვითარებას მკვლევარი ხათუნა ჩარკვიანი სადისერტაციო ნაშრომში. მეცნიერი ასკვნის, რომ ღია ბრძოლა ხელისუფლებისთვის პოზიტიური ინფორმაციების დაბლოკვითა და ნეგატიური მოვლენების გადაჭარბებული გაშუქებით ხდებოდა. *“შეიძლება თამამად ითქვას, რომ ოპოზიციის პიარმენეჯერად ქცეული სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი-2” უცხოელი პიარტექნოლოგებისა და მედიასპეციალისტების ხელმძღვანელობით, პროპაგანდის რეჟიმში განაგრძობდა თანამედროვე, უახლესი ფსიქოლოგიური თუ ვიზუალური პიარტექნოლოგიებით, მედიის მუშაობის ყოველგვარი ეთიკის დარღვევით საზოგადოებრივი ცნობიერების მანიპულირებას, ახდენდა სიტუაციის*

⁸⁰ ხ. ჩარკვიანი, “PR-ის როლი პოსტ-საბჭოთა საქართველოს დემოკრატიული ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში”. გვ. 109. 2011წ.

ნეგატივიზაციას და აჩქარებდა დესტრუქციული ამოცანების განხორციელებას. სამაუწყებლო კომპანია „რუსთავი-2“-სა და ოპოზიციურ პარტიათა ლიდერების მხრიდან დაიწყო ღია ბრძოლა უზენაესი სასამართლოს წინააღმდეგ, რაც გამოიხატებოდა უზენაესი სასამართლოს საქმიანობის ნებისმიერი პოზიტიური ინფორმაციის პირდაპირი დაბლოკვით საინფორმაციო გამოშვებებში, სასამართლო რეფორმის ყველაზე მიუკერძოებელი და ობიექტური მოსამართლეების დისკრედიტაციით სარეკლამო კლიპებში და გადაცემა „60-წთ-ის“ მეშვეობით.⁸¹ ე.წ. დესტრუქციული ამოცანა კი ქვეყანაში დესტაბილიზაციის შექმნა იყო. ერთგვრადი, ან თუნდაც გარკვეული პერიოდულობით ქუჩის აქციებისა და სხვადასხვა საჯარო დაწესებულებების პიკეტირების მეშვეობით სასურველი მიზნის მიღწევა შეუძლებელი იქნებოდა, რომ არა ფართო ანტისახელისუფლებო საინფორმაციო კამპანია. 2000 წლიდან წამოწყებულ ოპოზიციურ მედიაკამპანიას, “დესტაბილიზაციის საინფორმაციო უზრუნველყოფას” მკვლევარი ლ. კუტუბიძე სამ ეტაპად ყოფს:

- *I წრე – 2000 წელი – პრეზიდენტ ედუარდ შევარდნაძის არჩევისთანავე დაწყებული, მისი და აღმასრულებელი ხელისუფლების დისკრედიტაციის კამპანიიდან – “შემოდგომის დესტაბილიზაციამდე”, ანუ, ნოემბერ-დეკემბრის “ენერგეტიკულ ბუნტამდე”;*
- *II წრე – 2001 წელი – წლის დამდეგს პანკისში რუსეთის სამხედრო ოპერაციის დაწყების საფრთხიდან კვლავ “შემოდგომის დესტაბილიზაციამდე”, ანუ ე.წ. “ნოემბრის რევოლუციამდე”;*
- *III წრე – 2002 წელი – პანკისის პერმანენტული საფრთხისა და რუსეთის აგრესიის ფონზე – კვლავ საინფორმაციო სამზადისი “შემოდგომის დესტაბილიზაციისთვის”⁸².*

ოპოზიციის მიერ ე.წ. მართულ მედიას სწორედ დესტაბილიზაციასა და სხვადასხვა საფრთხის გამძაფრებულად წარმოჩენის გზით სურდა მოსახლეობის უმაყოფილების ტალღის წარმოქმნა. უშუალოდ პრეზიდენტის იმიჯის შელახვას

⁸¹ ბ. ჩარკვიანი, “PR-ის როლი პოსტ-საბჭოთა საქართველოს დემოკრატიული ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში”. გვ 110.

⁸² ლ. კუტუბიძე, “2000-2005 წლების ქართული პრესის ძირითადი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ასპექტები”, გვ79, 2009წ.

კი სამაუწყებლო მედიის ნაწილი შევარდნაძის მთავრობის წევრებისა და მისი გარემოცვის კორუფციულ გარიგებებში მონაწილეობის მხილებით ცდილობდა. ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ საინტერესო ტაქტიკა აირჩია. ისინი არა პირდაპირ, არამედ ირიბად დაუპირისპირდნენ პრეზიდენტს. კერძოდ კი, მათი სამიზნე არა პირადად ედუარდ შევარდნაძის იმიჯი (რის გამყარებაზედაც სახელმწიფო ტელევიზია მუშაობდა), არამედ მისი გარემოცვის მხილება იყო. შევარდნაძის პოლიტიკური გამოცდილება, მისი მიღწევები მსოფლიო დიპლომატიაში - ისე, როგორც მისი პოლიტიკური აღლო და ნიჭი - ოპოზიციის მიერ მართულ მედიას კითხვის ნიშნის ქვეშ არ დაუყენებია. პროპაგანდისტული ფრონტის ხაზი ფაქტობრივად ყველა სატელევიზიო ქანრს, ისე როგორც სამაუწყებლო ბადეს - მიჰყვებოდა. ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო პროგრამა “60 წუთია” – ჟურნალისტური გამოძიება, რომელიც იყო ანალოგი ცნობილი ამერიკული სამაუწყებლო კომპანია “CBS”-ის გადაცემიასა “60 Minutes”. ის ტელეკომპანია “რუსთავი2”-ის ეთერში 1999 წლიდან, 4 წლის განმავლობაში, ვარდების რევოლუციამდე გადიოდა და მისი ძირითადი სამიზნე სწორედ შევარდნაძის გარემოცვა იყო. ხშირად პროგრამის შემქმნელების მხრიდან შეიმჩნეოდა ფაქტების უზუსტობა და ცრუ ბრალდებებიც კი. არა მხოლოდ “რუსთავი2”-ში, არამედ ზოგადად, ქართულ ტელევიზორცეში ერთ-ერთი ყველაზე რეზონანსული გადაცემა ეთერში 2001 წლის 1 აპრილს გავიდა, სადაც გადაცემა “60 წუთში” კულტურის ყოფილი მინისტრი და შევარდნაძის ახლო გარემოცვის წევრი, ვალერი ასათიანი 2 ადამიანის რიტუალურ მკვლელობაში დაადანაშაულეს. ვ. ასათიანმა სარჩელით სასამართლოს მიმართა და მორალური ზიანის ანაზღაურება მოითხოვა. 2002 წლის 3 ივნისს საოლქო სასამართლომ ექსმინისტრის სარჩელი ნაწილობრივ დააკმაყოფილა და “60 წუთს” 50 ათასი დოლარის გადახდა დააკისრა. გადაწყვეტილება გასაჩივრდა, თუმცა საბოლოოდ უზენაესი სასამართლოს საკასაციო საქმეთა პალატამ საოლქო სასამართლოს გადაწყვეტილება მხოლოდ ნაწილობრივ შეცვალა. კერძოდ, “60 წუთს” ვალერი ასათიანის წინააღმდეგ გაკეთებული განცხადებების უარყოფა და 50 ათასი ლარის გადახდა დააკისრა. ამ “შეცდომას” წლების შემდეგ, საგამოძიებო ჟურნალისტიკაზე საუბრისას, ხსენებული სიუჟეტის ავტორი ნინო ზურიაშვილი

ჟურნალისტთან ინტერვიუში აღიარებს. *“ავტ.- თქვენ გქონდათ საკმაოდ სერიოზული შეცდომებიც, მაგალითად, ვალერი ასათიანის თემა. ნ.ზ. – გეთანხმები, თემა არ იყო სრულყოფილად გამოძიებული - და თანაც, გარკვეული შეცდომებიც იყო სცენარში”*⁸³. იმისთვის, რომ ნათელი გახდეს, თუ რა ტიპის პროპაგანდისტული ბრძოლის მეთოდებს იყენებდნენ “60 წუთის” ჟურნალისტები, განვიხილოთ არა ხსენებული, მეტად რეზონანსული და სასამართლოს მიერ “რუსთავი2”-ის წინააღმდეგ გამამტყუნებელი განაჩენით დასრულებული გადაცემა, არამედ ერთ-ერთი მორიგი სიუჟეტი, რომელიც ეთერში 2000 წელს გავიდა და თბილისის ივანე ჯავახიშვილის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რექტორს (იმ პერიოდში) და ასევე ედუარდ შევარდნაძის გარემოცვის ახლო წევრს - როინ მეტრეველს ეხება. *“ის, რასაც დღეს სიუჟეტში წარმოგიდგენთ, უმრავლესობისთვის სიახლე არ იქნება. უნივერსიტეტში არსებული კორუფციისა და მოძველებული სისტემის შესახებ იცის ყველაფ. ყოველ შემთხვევაში - ეურმოკვრით მაინც. ბუნებრივია, ვიცით ჩვენც.”* – ასე იწყებს გადაცემას ავტორი აკაკი გოგიჩაიშვილი. წამყვანი სიუჟეტის წარდგენისას სრულ ჭეშმარიტებას ამბობს, რადგან მაყურებელი ახალს, მით უფრო, ფაქტებით გამყარებულს - ვერაფერს იხილავს. ჟურნალისტი ნინო ხაუშია, რომელიც მასალაზე მუშაობდა, ინსპირაციის წყაროდ საერთაშორისო ექსპერტთა ჯგუფის დასკვნას ასახელებს. *“მსოფლიო ბანკის საექსპერტო ჯგუფმა საქართველოს უმაღლესი განათლების სისტემა შეისწავლა და მთავარ პრობლემად კორუფცია დაასახელა. ამ ჯგუფს დანიელი მეცნიერი იოჰან ლორენსენი ხელმძღვანელობდა. ექსპერტთა გამოკვლევის თანახმად, ყველაზე ძვირი – 20 ათასი დოლარი - თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტზე მოწყობა ღირს,”* ამბობს კადრს გარეთ ჟურნალისტი, რასაც მოჰყვება რექტორის კომენტარი, რომელიც ინფორმაციას უარყოფს და აცხადებს, რომ ასეთი დასკვნა ბუნებაში არ არსებობს. ჟურნალისტი კი, უნივერსიტეტის შენობის კადრების ფონზე - პირველად ინფორმაციას აღრმავებს: *“მსოფლიო ბანკის წარმომადგენლებმა მუშაობის პროცესში გამოჰკითხეს სახელმწიფო მოხელეები, პარლამენტარები, უმაღლეს*

⁸³ ჟურნალი “ცხელი შოკოლადი” 1, მაისი, 2008წ.

სასწავლებელთა ადმინისტრატორები, მასწავლებლები და სტუდენტები. მათი დასკვნის სისწორე სხვადასხვა დონის სემინარებზე არაერთხელ გადამოწმდა.” ლოგიკურია, რომ პირველი და მეორე ტექსტის ასეთი მტკიცებითი ფორმულირებისას, მით უფრო მაშინ, როდესაც რესპონდენტი ასეთი დასკვნის არსებობას უარყოფს, საჭიროა პირველწყაროს კომენტარი. მოწმედ მოყვანილი კომისიის თავმჯდომარის ან რომელიმე წევრის, ან - თუ ეს შეუძლებელია გარკვეული ობიექტური მიზეზების გამო, თუნდაც ჟურნალისტის მიერ ხსენებული დოკუმენტის ასლის ჩვენება. მსგავსი კომენტარი ან დოკუმენტი ჟურნალისტურ გამოძიებაში არ ფიგურირებს, რაც პირდაპირ მიგვითითებს იმის შესახებ, რომ სიუჟეტის მთავარი ღერძი “ანონიმური ავტორიტეტის”, ე.წ. “ნაცრისფერი პროპაგანდის” კლასიკური ხაზის მიხედვითაა აგებული ინფორმაცია სოლიდურობის ხარჯზე უფრო დამაჯერებელი ხდება, თუმცა დასახელებული წყაროს მტკიცებულება არ არსებობს. ავტორის მიერ ხსენებული უცხოელი ექსპერტების მაგივრად კი ჟურნალისტი მაყურებელს სთავაზობს თსუ-ს ერთ-ერთი ლექტორის - ზურაბ ჭიაბერაშვილის კომენტარს: *“იყო შემთხვევა, როდესაც მე მოსკოვში მკითხვეს, რომ აი - რა ღირს თქვენთან იურიდიულზე მოწეობაო. მე ყურმოკრულად რაც ვიცოდი, ვუთხარი - 15 ათასი დოლარი, და იქ მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ერთ-ერთმა წარმომადგენელმა მითხრა, რომ იგივე ფასები ყოფილაო.”* ეს კომენტარი კი ე.წ. “ცრუ ანალოგიის” მეთოდის გამოყენებად შეგვიძლია მივიჩნიოთ. ჟურნალისტური გამოძიების ავტორი ცდილობს, მაყურებლის ცნობიერებაში ე.წ. ფსევდოლოგიკური ანალოგი ააგოს და ამ მეთოდის მეშვეობით, აუდიტორიას გაუმყაროს მიწოდებული ინფორმაცია. ჟურნალისტურ გამოძიებაში ასევე საუბარია უნივერსიტეტის ბიუჯეტის ხარჯვის ბუნდოვანებაზე, თუმცა ეს ნაწილიც არა ფაქტებს, არამედ ვარაუდებს ეყრდნობა. სიუჟეტის ფინალში კი ავტორი კვლავ ნაცრისფერ პროპაგანდას უბრუნდება და ექსპერტების არარსებული დასკვნის საფუძველზე, ლოგიკურ ეჭვს უჩენს მაყურებელს. *“საერთაშორისო ექსპერტთა შეფასებით, ქართული უნივერსიტეტები ზედმეტად ცენტრალიზებულია. მის სათავეში დიდი ძალაუფლების მქონე რექტორები დგანან, რომლებიც ერთპიროვნულად იღებენ ყველა გადაწყვეტილებას. ფინანსურად ყველაზე უკეთეს მდგომარეობაში ისევ*

და ისევ რექტორები არიან. ლოგიკურად უნდა ვივარაუდოთ, რომ ერთპიროვნულ მმართველობას ისინი უქმად არ კარგავენ.” როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, გადაცემის წამყვანი სიუჟეტის წარდგენისას არ შემცდარა, რადგან თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში არსებული კორუფციის შესახებ იმ პერიოდში ბევრი საუბრობდა, თუმცა ე.წ. ჟურნალისტური გამოძიებაც, როგორც ვნახეთ, ჭორებს, რომლებიც შესაძლოა სიმართლეს იყოს, ფაქტებით ვერ ამყარებს. ძირითადად, სწორედ “ცრუ ანალოგიებსა” და “ანონიმურ ავტორიტეტებზე” იყო დამყარებული ოპოზიციური მაუწყებლობის ე.წ. პროპაგანდისტული ფრონტის ხაზის მიმართულება, რასაც გადაცემა “60 წუთი” უძღვებოდა.

მეორე მნიშვნელოვანი ტელეპროდუქტი, რომელიც შევარდნაძის მთავრობის საზიანოდ მუშაობდა იყო ანიმაციური, სატირული სერიალი “დარდუბალა”. თუ “60 წუთის” შემთხვევაში პირდაპირი სამიზნე ე. შევარდნაძე არ იყო და პრეზიდენტის ხელისუფლების შერყევას მისი გარემოცვის მხილებით ცდილობდნენ, “დარდუბალას” მთავარ გმირს სწორედ ედუარდ შევარდნაძე წარმოადგენდა. მიუხედავად იმისა, რომ სერიალის ცენტრალური ფიგურა პრეზიდენტი იყო, ამ შემთხვევაშიც, “რუსთავი2” არ უხვევს აღებული გეზიდან. ე. შევარდნაძე სერიალში დადებითი პერსონაჟია. მისი ანიმაციური პროტოტიპი საყვარელი ბაბუაა, რომელიც საკუთარი კორუმპირებული გარემოცვის ერთგვარი მსხვერპლია. პრეზიდენტი არ არის უჭკუო, არც ბოროტი. მას, უბრალოდ, ასაკის გამო აღარ აქვს ძალა, მართოს მთავრობის გაზულუქებული წევრები, რომლებიც გამუდმებით ატყუებენ და სხვადასხვა დარტყმის ქვეშ აყენებენ, თუმცა პრეზიდენტი მხოლოდ საკუთარი გამოცდილებისა და ჭკუის წყალობით აღწევს თავს გამოუვალ მდგომარეობას. მაგალითად, ერთ-ერთ სერიაში - “ბუდგუზონია”, როდესაც სახელმწიფოს ვალი აქვს გადასახდელი, პრეზიდენტი სიცოცხლის რისკის ფასად მზადაა, პაპუასებთან მოლაპარაკებაზე ჩავიდეს. საქართველოს 20 მილიონი აქვს დასაბრუნებელი, თუმცა ამის შესაძლებლობა შევარდნაძეს არ გააჩნია. მრჩეველები ურჩევენ, მინისტრებს სთხოვოს ფული, თუმცა პრეზიდენტი ამბობს: “ვინ რას მოგცემს, ხომ ხედავ, რა ცხოვრებაა”. შევარდნაძე შეიმუშავებს გეგმას, რომ ის გაიტაცონ და მინისტრები იძულებულნი იქნებიან გამოსასყიდის სახით ფული გადაიხადონ. სიუჟეტი ისე

ვითარდება, რომ კორუმპირებული მინისტრები (განსაკუთრებით აქტიური შინაგან საქმეთა მინისტრია) არც კი ფიქრობენ პრეზიდენტის დახსნას, პირიქით, მომხდართი გახარებული არიან და შევარდნაძის ორეულს მიიყვანენ სახელმწიფო კანცელარიაში. ამ ანიმაციური სერიალით კიდევ ერთხელ დასტურდება, რომ ოპოზიციურად განწყობილი მედია კორუფციაში შევარდნაძის პირდაპირი დადანაშაულებისგან პირველ ეტაპზე თავს იკავებს და ძირითადი აქცენტი მის გარემოცვაზე გადააქვს.

საქართველოში როგორც ე.წ. პროსახელისუფლებო, ისე ოპოზიციურად განწყობილი მაუწყებლები ცდილობდნენ საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებას. პროპაგანდისტული მეთოდების გამოყენება კი განვითარებადი ქვეყნებისთვის, განსაკუთრებით კი პოსტსაბჭოთა სივრცისთვის, დამახასიათებელია. *“აგიტაციურ-პროპაგანდისტული ხერხების გამოყენება, რაც საბჭოური ტრადიციიდან გამომდინარეობს, პოლიტიკური სისტემის და იქ მოქმედი პოლიტიკური რეჟიმების ლაბილურობასა და საჯარო სივრცის ტრანსფორმაციის სიძნელეებზე მიუთითებს. – მსგავსი ტენდენციის არარსებობა კომუნისტური წარსულის მქონე აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში შეიძლება არა მხოლოდ იმ ქვეყნების პოლიტიკური სისტემის ტრანსფორმაციის პროცესის დასრულებით აიხსნას, არამედ იმ მაღალი დემოკრატიული კულტურის არსებობითაც, რომელიც პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში, მათ შორის საქართველოშიც, ჯერჯერობით ვერ ჩამოყალიბდა. – დასავლური პოლიტიკური სისტემებისაგან განსხვავებით, სადაც მედია ხელისუფლებისთვის უფრო საზოგადოებასთან ურთიერთობის აწეობის საშუალებაა, საქართველოს მსგავს ქვეყნებში ის არის აგიტაციის, პროპაგანდისა და საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების საშუალება,”*⁸⁴ ასევე მკვლევარი ბექა ჭედია სადისერტაციო ნაშრომში - *“მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში”*. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ე.წ. კომუნისტური პროპაგანდის სტილში მოქმედებდა სახელმწიფო ტელევიზია, რომელიც შევარდნაძის კულტის შექმნით იყო დაკავებული. თუმცა განსხვავებული იყო “რუსთავი2“-ის ტაქტიკა, რომელიც როგორც მაყურებელს, ისე მთავრობას პოლიტიკურ დღის წესრიგს უდგენდა. ის, რომ ტელევიზია არ

⁸⁴ ბ. ჭედია, “მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში” გვ.142, 2009წ.

იყო ნეიტრალური, ეს რევოლუციისთანავე აღიარა საინფორმაციო სამსახურის ხელმძღვანელმა ეკა ხოფერიამ. “ვარდების რევოლუციიდან” მესამე დღეს ეკა ხოფერიამ პირდაპირ ეთერში რუს მედიაექსპერტს მ. განაპოლსკის ჰკითხა: „*მე შემოძლია პირდაპირ ეთერში განვაცხადო, რომ ჩვენი ტელეკომპანიის ჟურნალისტები რევოლუციის დროს არ ვიყავით პოლიტიკურად ნეიტრალური, ჩვენ ამ მოვლენებში ღიად ეუჭერდით მხარს ოპოზიციას. ჩვენ ვიყავით სუბიექტურები, რამდენად გამართლებულია ეს?*“ ამ კითხვაზე რესპონდენტს უარყოფითი რეაქცია ჰქონდა. “ვარდების რევოლუციის” მოახლოებასთან ერთად “რუსთავი2“-ის პოზიცია სულ უფრო მკვეთრი იყო. თუკი 2003 წლის “შემოდგომის დესტაბილიზაციის” მომზადების პროცესი ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ ისე განვლო, რომ პრეზიდენტ შევარდნაძეს პირდაპირ არ ადანაშაულებდა და სახელმწიფო ტელევიზიის მიერ შექმნილ ხატებას არ ეხებოდა, შემოდგომიდან “დარდუბალას” კეთილ, საყვარელ ბაბუას უმღერეს “შენც წადი”. ოპოზიცია საინფორმაციო გამოშვებებსა და პოლიტიკურ შოუებში ქვეყანაში არსებული კორუფციის გამო უკვე არა მხოლოდ პრეზიდენტის გარემოცვას, არამედ შევარდნაძეს ადანაშაულებდა. საგულისხმოა, რომ პოლიტიკურ შოუებში ტელევიზია აქტიურად იყენებდა ე.წ. “არწივის ეფექტს” და “კონტრასტის პრინციპს”. ოპოზიციის სპიკერებად ახალგაზრდა, პროგრესულად მოაზროვნე პოლიტიკოსები იქცნენ. ხელისუფლების ინტერესების დამცველად კი “რუსთავი2” ეთერში გამუდმებით ისეთ ოდიოზურ ფიგურებს იწვევდა, როგორებიც იყვნენ ლევან მამალაძე (ქვემო ქართლში პრეზიდენტის ყოფილი რწმუნებული) და ვიტალი ხაზარაძე (დეპუტატი, საპარლამენტო უმრავლესობის ლიდერი). მათ ფონზე კი ახალგაზრდა რეფორმატორები გაცილებით სიმპათიურები, ლოგიკურები და თანამედროვენი იყვნენ. იგივე სქემა ხორციელდებოდა ე.წ. ექსპერტებზეც. იმას, რომ ტელევიზიები ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური ვითარების შემფასებელთა ე.წ. სელექციას ახორციელებდა იმის მიხედვით, თუ ვინ რომელი ძალის მომხრე იყო, ქართველი პოლიტიკოსებიც ადასტურებენ. “*ქართული მედიის იდეოლოგიურ და პოლიტიზებულ ხასიათზე მითითებისას ძალზე მნიშვნელოვანია რამდენიმე ასპექტი, რაც ჩვენი მედიის როლს საჯარო სივრცის ფორმირებაში*

განსხვავებული რაკურსით წარმოაჩენს. საუბარია ბოლო წლებში საქართველოში გავრცელებული საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების დომინირებულ პარადიგმებზე. კერძოდ, მასმედია პოლიტიკურ საკითხებზე კომენტირებისთვის რეგულარულად იწვევს ან ტელერადიოეთერში, ან გაზეთის ფურცლებზე ტიტულოვან ექსპერტებს, რომელთა გარკვეულ ნაწილს თავის დროზე არანაირი შეხება არ ჰქონია პოლიტიკურ ცოდნასთან, ანუ ფაქტობრივად, ბოლო წლებში გაზეთის ფურცლებსა თუ ტელევიზიებში თვითმარქვია ექსპერტები და პოლიტოლოგები მომრავლდნენ. ანუ, მივდივართ მასმედიის მხრიდან საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების საქართველოში ჩამოყალიბებულ კიდევ ერთ „მოხერხებულ“ მეთოდამდე, რომელიც პირველად შევარდნაძის რეჟიმის დროს გამოიკვეთა და რევოლუციის შემდეგაც გამოიყენება. ქვეყანაში ჩამოყალიბდა იმგვარი მედიასაშუალებებიც (და ეს ტელევიზიების მაგალითზე უფრო თვალსაჩინოა), რომლებიც „ექსპერტთა“ „შეგნებულ პოლიტიკურ სელექციას“ ახორციელებენ. შევარდნაძის რეჟიმის დროს ამას ეკონომიკური ხასიათიც კი ჰქონდა, მაგალითად, მაშინდელი ოპოზიციისთვის „მომუშავე“ „რუსთავი 2“-ს ექსპერტთა თავისი ჯგუფი ჰყავდა, მეტიც, მათ ლამის შტატგარეშე თანამშრომლებად მიიჩნევდნენ⁸⁵. აქვე აღსანიშნავია, რომ ნეიტრალურ აზრს ე.წ. ექსპერტები “რუსთავი2”-ის ეთერით არ ახმიანებდნენ. ვითარების შემფასებლები არა რეალური ექსპერტები, არა კონკრეტული ანალიზის საფუძველზე დამყარებული აზრის გამომთქმელი, არამედ, უმეტეს შემთხვევაში, ორ პოლიტიკურ ბანაკად გაყოფილი კვაზი-ექსპერტების დავა იყო. “რუსთავი2”-ის ეთერით გამართული ასეთი დებატების შემთხვევაშიც ოპოზიციური იდეების დამცველი თანამედროვე და მეტად ლოგიკური, ხოლო შევარდნაძის ხელისუფლების პოზიციის მიმხრობი არათანმიმდევრული ე.წ. ექსპერტები იყვნენ. სწორედ “არწივის ეფექტისა” და “კონტრასტის პრინციპების” პერმანენტული გამოყენებით, ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ შეძლო წარმოექმნა ორი რადიკალურად განსხვავებული პოლუსი: პროგრესი, რაც ახალგაზრდა რეფორმატორების გუნდს დაუკავშირა და რეგრესი, რაც შევარდნაძესთან ასოცირდებოდა.

⁸⁵ ბ. ჭელია, “მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში” გვ82, 2009წ.

მაშინ, როდესაც სახელმწიფო ტელევიზია ეთერს პრეზიდენტის შესახებ შექმნილ ქართულ თუ უცხოურ დოკუმენტურ ფილმებს უთმობდა, “რუსთავი2” კულტურულ-საგანმანათლებლო პროექტის - “ფსიქოს” მეშვეობით თანამედროვე, დემოკრატიულ და ლიბერალურ ღირებულებებს ქადაგებდა. გადაცემა “რუსთავი2”-ის ეთერით 1996 წლიდან ყოველ შაბათს, საინფორმაციო პროგრამის დასრულების შემდეგ (22:00-ზე) გადიოდა. პროგრამაში განსახილველი თემები და ის ლიბერალური ღირებულებები, რასაც პროგრამით ნახვენები ფილმების უმრავლესობა პროპაგანდირებდა, ისე, როგორც მისი დასრულების შემდეგ ფილმის განხილვა (გადაცემაში მოწვეული სტუმრები არა კონკრეტულ ფილმს, არამედ ფილმში დასმული პრობლემების შესახებ მსჯელობდნენ), ტელევიზიისთვის მეტად მნიშვნელოვანი იყო. ამის დასტურია ის ფაქტი, რომ იმ პერიოდის ქართულ სამაუწყებლო სივრცეში ყველაზე რეიტინგულ, მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში “კურიერში”, გადაცემის წამყვანი გოგი გვახარია გადაცემას ერცლად აანონსებდა. ამგვარი “დაპირისპირება”, მაგალითისთვის: პ. აღმაღოვარის გულწრფელობა და, მეორე მხრივ, ნ. კირთაძის პროპაგანდისტული კინო მაყურებლისთვის კიდევ ერთი დასტური იყო იმისა, თუ რამდენად დიდია ხარისხობრივი განსხვავება და რამდენად ღრმაა უფსკრული ორ პოლუსს შორის. 2003 წლის ნოემბერში კი კულტურულ-საგანმანათლებლო პროექტი პირდაპირ პროპაგანდისტად გვევლინება და ფაქტობრივად დაუფარავად უბიძგებს მაყურებელს რევოლუციისკენ. *“2003 წელს საქართველოს ტელეკომპანიებს შორის გაჩაღებულ წინასაარჩევნო და არჩევნების შემდგომი პერიოდის საინფორმაციო ომში ყველაზე დიდ წარმატებას მიაღწია „რუსთავი 2“-მა, რაშიც, პროპაგანდისტული ზემოქმედების სხვა ელემენტებთან ერთად, დიდი წვლილი შეიტანა კინომ (გარდა ფილმების ჩვენებისა, მას სხვადასხვა გადაცემებში იყენებდნენ), მაგრამ უდავოა, რომ ამ საქმეში ბადალი არ ჰყავდა კინოგადაცემა „ფსიქოს“, რომელმაც ტელევიზიის ყველა სპეციფიკისა და მანიპულირების მეთოდის მეშვეობით ამ პერიოდში შესანიშნავად შეასრულა თავისი მისია,”*⁸⁶ - ასკვნის მკვლევარი ნარგიზა კანკია სადისერტაციო ნაშრომში “მხატვრული კინემატოგრაფი სატელევიზიო პროგრამის სტრუქტურაში და მისი

⁸⁶ ნ. კანკია, “მხატვრული კინემატოგრაფი სატელევიზიო პროგრამის სტრუქტურაში და მისი ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები” გვ.74, 2011წ.

ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები”. 2003 წლის ახალი სატელევიზიო სეზონის დაწყებისთანავე გადაცემის ავტორმა და წამყვანმა განაცხადა, რომ “ფსიქოში” ე.წ. პოლიტიკური ფილმების ჩვენებას აპირებს. მიუხედავად ქრონოლოგიას: საპარლამენტო არჩევნების წინა დღე, “ფსიქოში” ნაჩვენებია რეჟისორ ვუდი ალენის ფილმი “ზელიგი”. ფილმი 1920-30იანი წლების ამერიკას ეხება და მოგვითხრობს ადამიანი - ქამელეონის შესახებ, რომელიც იღებს იმ ადამიანის თვისებებს, ვისთანაც აქვს ურთიერთობა. რესპუბლიკელებთან ხდება რესპუბლიკელი, შაგკანიანთან შეგკანიანი და ა.შ. მთავარი პერსონაჟის განკურნებას კი ექიმი ცდილობს. ფილმის ჩვენების შემდეგ კი სტუდიაში წამყვანი სტუმრებთან ერთად ე.წ. ზელიგის სენით დაავადებულ პოლიტიკოსებსა და ხალხის მიერ მისაღებ გადაწყვეტილებაზე - არჩევის გაკეთებაზე საუბრობდა. შემდგომ გადაცემაში აჩვენებენ ძმები ტავიანების ფილმს “ალონზოფან”. მრავალ ალუზიაზე, მათ შორის კუბის რევოლუციაზე აგებული ფილმი თავისუფლებისთვის ბრძოლას და ნონკონფორმიზმს ქადაგებს. ფილმის შემდეგ კი გადაცემის სტუმრის ზურაბ ჭიაბერაშვილის (იმ პერიოდში ერთ-ერთი აქტიური ოპოზიციონერის) ძირითადი სასაუბრო თემა იყო ის, რომ საზოგადოება არ უნდა შეურიგდეს უსამართლობას, ანუ საქართველოში ჩატარებული არჩევნების შედეგებს. ნოემბრის შუა რიცხვებში კი რევოლუციის მუხტის ასამაღლებლად “ფსიქოში” იწყება დოკუმენტური ფილმების ჩვენება. პირველი ფილმი მ. განდის და ინდოელი ხალხის ეროვნულ-გნამათავისუფლებელ მოძრაობას ეხება, სადაც მიზანს მოსახლეობა საყოველთაო დაუმორჩილებლობით აღწევს. მეორე ფილმი ეთერში უშუალოდ “ვარდების რევოლუციის” წინა დღეს გავიდა, რომელიც ს. მილოშევიჩის ხელისუფლებიდან უსისხლოდ წასვლას ასახავს. ერთ-ერთი მთავარი ამ ფილმში ორგანიზაცია “ოტპორის”, რომლის ქართული პროტოტიპი ორგანიზაცია “კმარა” იყო, თავგანწირული მუშაობაა. რაც შეეხება მესამე ფილმს, ის ეთერში უკვე რევოლუციის შემდგომ - 29 ნოემბერს გავიდა და ა. პინოჩეტის ხელისუფლების დამხობას ასახავდა. ზემოთ მოყვანილი ფაქტები ნათლად წარმოაჩენს იმას, რომ ტელეკომპანია “რუსთავი2” არა მხოლოდ საკუთარი ორიგინალური

ტელეპროდუქციით, არამედ ბადეში განთავსებული მხატვრული ფილმებითაც ცდილობდა მაყურებელზე ზემოქმედებას.

ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ ხელისუფლების შესარყევად თითქმის ყველა პროპაგანდისტული მეთოდი აამუშავა. მათ შორის ე.წ. „ეგზიტპოლები“, ანუ არჩევნების დროს ხმების პარალელური დათვლის მეთოდი, რაც ქართული პოლიტიკური სისტემისთვის ყველაზე უფრო მტკივნეული და საკამათოც აღმოჩნდა. ეს მეთოდი პირდაპირ კავშირშია მედიის საქმიანობასთან, რადგან ამ მეთოდის მიზანი, ერთი მხრივ, არჩევნების ოფიციალური შედეგების გამოქვეყნებამდე მოსახლეობის წინასწარი ინფორმირებაა და მეორე მხრივ, - ოფიციალური შედეგების ერთგვარი წინასწარი მონიტორინგი. პირველად ეს მეთოდი საქართველოში 2003 წლის ნოემბერში გამოიყენეს და მისი მთავარი დამკვეთი რევოლუციის „ავანგარდში“ მდგომი ტელეკომპანია „რუსთავი-2“ იყო. მაშინ არჩევნების ოფიციალური შედეგები ეგზიტპოლის შედეგებს არ დაემთხვა, რაც ქვეყანაში მომხდარი რევოლუციის ერთ-ერთ გამართლებად იქცა. ფაქტობრივი მტკიცებულება იმისა, რომ ტელეკომპანიის მიერ დაკვეთილი ეგზიტპოლები ფალსიფიცირებული იყო, არ არსებობს. თუმცა წლების შემდეგ „რუსთავი2“-ის დამფუძნებელმა ეროსი კიწმარიშვილმა მემუარების წერა დაიწყო, სადაც დეტალურად უნდა აღეწერა რევოლუციის მზადების პროცესი. მის გარდაცვალებამდე (2014წ) პრესაში გამოქვეყნდა ე. კიწმარიშვილის მოგონებების მცირე ნაწილი, საიდანაც კიდევ ერთხელ დასტურდება, რომ ტელევიზია რევოლუციის დაგეგმვისა და მომზადების ერთ-ერთი მთავარი ფიგურა იყო. მემუარების ერთ-ერთ ქვეთავში სათაურით - “მე და რევოლუციის პირმშოები” (აქ სათაურშივე ნათლად ჩანს, რომ ე.წ. დამოუკიდებელი ტელევიზიის დამფუძნებელი არ მაღავეს, რომ ის 2003 წლის რევოლუციის აქტიური წევრი იყო) ეროსი კიწმარიშვილი სიამაყით აღნიშნავს, რომ ის მოვლენების ეპიცენტრში იყო, ხოლო რევოლუცია მისმა ტელევიზიამ მოაწყო. იქვე ავტორი ყურადღებას ამახვილებს იმ ფაქტზე, თუ ვინ და რა სქრუქტურები ეხმარებოდა მას და სხვა რევოლუციონერებს გეგმის განხორციელებაში. *“დღეს უაპელაციო საზოგადოებრივი აზრია, რომ „ვარდების რევოლუცია“ ამერიკის შეერთებული შტატების უშუალო მხარდაჭერით და მონაწილეობით დაიგეგმა და ეს*

რევოლუცია კავკასიის რეგიონში რუსეთის ინტერესების წინააღმდეგ განახორციელეს ზოგადად ამერიკელებმა, ასევე, ჯორჯ სოროსმა და საქართველოში მათგან მხარდაჭერილმა პოლიტიკურმა ძალებმა. ამერიკის შეერთებული შტატების როლი საქართველოში სამოქალაქო საზოგადოების და პროდასავლური განწყობების ფორმირებაში, რა თქმა უნდა, უდიდესი იყო. 1993 წლიდან მოყოლებული ამერიკის საელჩოს, ასევე USAID-ის თუ სხვა ინსტიტუტების ამ მიმართულებით გაწეული ხარჯები და აქტივობა ნამდვილად შთამბეჭდავი იყო და შედეგიც მოჰქონდა, ასევე დიდი მხარდაჭერა განახორციელა ჯორჯ სოროსმა თავისი ფონდის - „ღია საზოგადოება საქართველო“ საშუალებით, რომელსაც ხალხში „სოროსის ფონდს“ უწოდებდნენ. ამ ფონდის დაფინანსებამ 1991-94 წლების სამოქალაქო ომის შემდგომ ულუკმაპუროდ დარჩენილი უამრავი გამოჩენილი მეცნიერი, ჟურნალისტი თუ კულტურის მოღვაწე ელემენტარული, მცირე, მაგრამ აუცილებელი შემოსავლით უზრუნველყო, განახორციელა ბევრი მნიშვნელოვანი სამეცნიერო, კულტურული თუ მედიაპროექტის დაფინანსება. რამაც საერთო ჯამში საზოგადოების განწყობის ფორმირებაში დიდი წვლილი შეიტანა⁸⁷. შემდგომში სწორედ ამ “გატრეინინგებულმა” ჟურნალისტებმა შეიტანეს დიდი წვლილი რევოლუციის დაგეგმვაში. ამავე მემუარებში ეროსი კიწმარიშვილი იხსენებს იმ ფაქტს, თუ როგორ დადგა “რუსთავი2”-მა სააკაშვილის მომხრეების თბილისში მანქანების კოლონით შემოსვლის კადრი, რაც ქართულ სინამდვილეში “დასწრების ეფექტისა” და “ემოციური რეზონანსის” გავრცელების ერთ-ერთი სანიმუშო მაგალითია. კიწმარიშვილის აღიარებით, თბილისში შემოსასვლელ ცენტრალურ მაგისტრალთან (მცხეთასთან ახლოს), ხელოვნურად მოწყობილი საცობის წყალობით, უამრავი მანქანა გაერთიანდა ერთად ჯაჭვად, რამაც გამოიწვია ილუზია, თითქოს შევარდნაძის ხელისუფლების დასამხობად საქართველოს სხვადასხვა რეგიონიდან ხალხის დიდი ნაკადი მოემართება. პოლიტოლოგებისა და პოლიტიკოსების განმარტებით, სწორედ “რუსთავი2”-ის მიერ დაგეგმილმა კამპანიამ გადაწყვიტა საქართველოს მომავალი 2003წელს. „ერთია, რომ ეს გადატრიალება (იგულისხმება „ვარდების

⁸⁷ <http://news.ge/ge/news/story/97635-kitsmarishvilis-memuarebi-rogor-inatsilebdnen-qveynis-yvelaze-maghal-tanamdebobeb-vardebis-revolutsiis-liderebi>

რეგულაცია“) უსისხლოდ დასრულდა, თუმცა, ერთი რამ მაინც ცხადია, ეს არის „რუსთავი2“-ის მიერ მოწყობილი გადატრიალება. მე ამას, როგორც პოლიტოლოგი ვაფასებ, რომ პირველად მსოფლიოში გადატრიალება მოაწყო ტელეკომპანია, რასაკვირველია, პოლიტიკოსების დახმარებით, ბურჟანადის, ჟვანიას და სააკაშვილის აქტიური მონაწილეობით, მაგრამ მთავარი ორგანიზატორი იყო „რუსთავი2“ და ფართო მასებისთვის უცნობი ეროსი კიწმარიშვილი”⁸⁸ - წერს ვარდების რეგულაციის შემდეგ საქართველოს პერლამენტის ყოფილი ვიცე-სპიკერი და შევარდნაძის ახლო გარემოცვის წევრი ვახტანგ რჩეულიშვილი.

ჩვენ განვიხილეთ სამი ერთმანეთისგან განსხვავებული ლიდერის პროპაგანდისტული ხაზი. საქართველოს პირველი პრეზიდენტი, რომელიც “ისტორიის გადაწერას” ცდილობდა, მაგრამ პერიოდული “ინფორმაციული ბლოკადისა” და ზოგადად არათანმიმდევრული ნაბიჯების გამო მიზანს ვერ მიაღწია. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, გამსახურდიას ხელისუფლების პროპაგანდისტული მარცხის უმთავრესი მიზეზი არაპროფესიონალიზმი იყო. პრეზიდენტის ერთგულების მიუხედავად, დამოუკიდებელი საქართველოს იდეოლოგებმა არ იცოდნენ, თუ როგორ უნდა გამოეყენებინათ ის ბერკეტები (ვგულისხმობთ ზოგადად მედიას), რაც ჯერ კიდევ ცენტრალიზებული და სახელმწიფოს მართვის ქვეშ იყო. პირველმა პრეზიდენტმა ეს “იარაღი” თავის სასარგებლოდ და ხელისუფლების გასამყარებლად ვერ გამოიყენა და არც დათმო, რადგან იმ პერიოდის იდეოლოგები არაკონტროლირებად მედიას დიდ საფრთხედ განიხილავდნენ. თუმცა სწორედ ამ პერიოდში შესაძლებელი იყო, რომ პროცესების სწორად წარმართვის, პროპაგანდისტული ტაქტიკის სწორად დაგეგმვის შემთხვევაში, მასმედიას “ორთქლის გამომშვების” დაგროვილი ნეგატიური ენერგიის გამწოვის ფუნქცია შეესრულებინა.

განსხვავებული იყო საქართველოს მოერე პრეზიდენტის მიდგომა. თბილისში დაბრუნებისთანავე მან საზოგადოებას მკაფიო გზავნილებით მიმართა. გაემიჯნა სამოქალაქო დაპირისპირებაში მონაწილეებს და ეტაპობრივად დე ფაქტო გაათავისუფლა მასმედია, რომელმაც “ორთქლის

⁸⁸ გ. რჩეულიშვილი, ინტერვიუ, გაზეთი „რეზონანსი“, 25 ნოემბერი, 2003წ.

გამომშვების” ფუნქცია უმაღლეს იკისრა. ამან კი ე. შევარდნაძეს მისცა საშუალება, გარკვეულწილად ემართა მოსახლეობისგან აკუმულირებული ნეგატიური ენერგია, რომელსაც ის პერიოდულად ილუზორული, ხან არსებული, თუმცა გადაჭარბებული “საერთო მტრის” წინააღმდეგ მიმართავდა. აქვე აღსანიშნავია, რომ დემოკრატიის იმიჯის მორგების მიუხედავად, ის ბოლომდე ვერ გაექცა საბჭოური პროპაგანდის სტილისტიკას, რისი დასტურიცაა ის ფაქტი, რომ სამაუწყებლო მედია - ისე როგორც კინოპროდუქცია - შევარდნაძის კულტად ქცევას ცდილობდა.

ახალგაზრდა რეფორმატორების ამოცანა საქართველოს პირველი პრეზიდენტის მიზანს ჰგავდა, თუმცა მათ გამსახურდიასა და მისი იდეოლოგიისაგან განსხვავებით, ნაბიჯ-ნაბიჯ, თანმიმდევრულად და, რაც მთავარია, მაღალ პროფესიულ დონეზე აამუშავეს პროპაგანდისტული მანქანა. საბჭოთა მენტალიტეტის შესაცვლელად ისინი არა კონკრეტულ პიროვნებებს, არამედ იდეოლოგიას “კონტრასტის პრინციპით” დაუპირისპირდნენ. მათ საზოგადოების აღქმაში ორი პოლუსი შექმნეს. ამ პოლუსებს კონკრეტული პიროვნებების სახელი შეგნებულად არ დაარქვეს, რადგან შევარდნაძესა თუ სააკაშვილს შორის არჩევის შემთხვევაში ბრძოლა შესაძლოა წაეგოთ. ამიტომ, შექმნილ დაპირისპირებულ პოლუსებს ამყარებდა იდეოლოგია – ერთი მხრივ, პროგრესული, მეორე მხრივ კი - რეტროგრადული. ე.წ. რეფორმატორთა პროპაგანდის მთავარი მიზანი იყო არა კონკრეტულად ე. შევარდნაძის პიროვნებასთან ბრძოლა, არამედ ის, რომ საზოგადოებას ნათლად დაენახა, ვინ არის მომავალი და ვინ - წარმავალი. შესაბამისად, საზოგადოებაც გამარჯვებულს, ანუ მომავალს მიემხრო.

დასკვნა

ჩვენი შესწავლისა და კვლევის საგანს საკვლევი პერიოდის ის ტელე-კინო პროდუქცია წარმოადგენდა, რომელიც საზოგადოების ერთგვარ პოლიტიკურ მანიპულატორად იქცა. ნაშრომში ეს ორი სეგმენტი გაერთიანებულია და კინოპროდუქცია ისე, როგორც ტელევიზიის სხვადასხვა ჟანრი განხილულია

როგორც მასობრივი ინფორმაციის იმგვარი საშუალება, რომელიც არა მხოლოდ ქვეყნის იდეოლოგიის წარმმართველი, არამედ წარმომშობიცაა.

ნაშრომში გაანალიზებული ყველა მოვლენის შესაბამისად გაკეთდა შესაბამისი დასკვნები კონკრეტული მაგალითების მოშველიებით:

- კომუნიკაციური ანალიზის კლასიკური ფორმულის გათვალისწინებით განხილული მსოფლიო მაგალითები გვაძლევს საფუძველს დავასკვნათ, რომ თანამედროვე მსოფლიოში წარმოუდგენელია რაიმე ტიპის პროპაგანდისტული კამპანიის წარმოება მასმედიის დახმარების გარეშე, მეტიც, ერთის მხრივ, დეფაქტო წარმატებული კამპანია, თუნდაც შეიარაღებული დაპირისპირება შესაძლოა გამარჯვებულისთვის წარუმატებლად დასრულდეს, თუ პარალელურად მან წარმატებული საინფორმაციო კამპანია არ აწარმოა. ბუნებრივია, მასშტაბური საინფორმაციო კამპანია მასში კინოპროდუქციის ჩართვასაც გულისხმობს. კვლევის საფუძველზე მივედით დასკვნამდე, რომ მხატვრული ფილმების ცალკეული საკვანძო ეპიზოდების კადრირების პრინციპი, სამაუწყებლო კომპანიების მიერ საინფორმაციო გამოშვების ბადის აგების პრინციპის იდენტურია. დაკვირვება ცხადყოფს, რომ საინფორმაციო გამოშვებაში (პედლაინებში და შემდგომ სრულად პროგრამის ბადეში) ვერბალურად დალაგებული, გადანაწილებული პრიორიტეტები, ფილმის ცალკეული საკვანძო უსიტყვო ეპიზოდების კადრირებას ჰგავს. მოვლენათა განაწილების ეს სტილი კი, აუდიტორიის პრიორიტეტებს აყალიბებს. ჩვენი სადისერტაციო ნაშრომისათვის ჩატარებული ლაბორატორიული კვლევა კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ სამაუწყებლო მედიის ახალი ამბების ბადეში პრიორიტეტული ამბების განსაზღვრის პრინციპი ხშირ შემთხვევაში იგივე ფორმულას იყენებს, რასაც შემოქმედებითი პროდუქციის (კინოფილმის) ავტორი, მხატვრული ნაწარმოების ცალკეული ეპიზოდების დამუშავებისას, როდესაც ფილმის შემთხვევაში რეჟისორი, საინფორმაციო გამოშვების შემთხვევაში კი პროდიუსერი (რედაქტორი, წამყვანი ან ჟურნალისტი) აუდიტორიას განუსაზღვრავს ძირითად აქცენტებს, პრიორიტეტებს.
- თანამედროვე მედიაშედეგების მიერ დასმულია შემდეგი საკითხი – ვინ ქმნის საინფორმაციო დღის წესრიგს, მედია თუ საზოგადოება. სხვადასხვა

მკვლევარს ამ თემასთან დაკავშირებით განსხვავებული აზრი აქვს, თუმცა ჩვენი საკვლევი თემის ანალიზის საფუძველზე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სამივე შესაძლებლობა დასაშვებია. ამ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია იმ კონკრეტული ქვეყნის ფორმაცია, რომელსაც განვიხილავთ. ვფიქრობთ, რომ ახალი ამბების მიერ დასახული პრიორიტეტების საზოგადოებაზე გავლენის ხარისხი (და პირიქით), დამოკიდებულია რამდენიმე მნიშვნელოვან ფაქტორზე: I-როგორი ტიპის მმართველობაა ქვეყანაში – ავტორიტარული მმართველობის შემთხვევაში საზოგადოებას არ მიუწვდება ხელი ალტერნატიული აზრის გასაგებად, ამიტომ, ბუნებრივია, ასეთი ტიპის ქვეყნებში პრიორიტეტებს ავტოკრატი მმართველის მიერ ხელში ჩაგდებული მედია განსაზღვრავს; II-რამდენად დახურული ან ღიაა თავად საზოგადოება – დახურული საზოგადოების “დამუშავება” გაცილებით იოლი ამოცანაა პროპაგანდისტისათვის, განსაკუთრებით ე.წ. განვითარებადი დემოკრატიის ქვეყნებში, სადაც მოსახლეობა ახალი გამოსულია ავტორიტარული მმართველობის მარწუხებიდან (მაგ. ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნები), თუმცა საზოგადოება ჯერ არ არის მზად ტრანსფარენტულობისათვის და ინარჩუნებს ე.წ. “დახურული საზოგადოების” ცხოვრების სტილს; III-არის თუ არა ქვეყანაში საომარი მდგომარეობა – დემოკრატიულ, სოციალურად დაცულ, ღია საზოგადოების მქონე ქვეყნის მოსახლეობისთვისაც, საომარი მდგომარეობა (თუნდაც ეს არ იყოს უშუალოდ მათი ქვეყნის საზღვართან) ქმნის ერთგვარ პანიკას, რა დროსაც მოსახლეობა დეზორიენტირებულია. ამ დროს აუდიტორია ერთგვარად თავად ითხოვს, რომ სწორედ მედიამ განსაზღვროს პრიორიტეტები, დაადგინოს დღის წესრიგი; IV-რამდენად პოლიტიზებულია საზოგადოება – პოლიტიზებული საზოგადოებისთვის (რაც დამახასიათებელია განვითარებადი დემოკრატიის ქვეყნებში), გარკვეული პოლიტიკური სკანდალების მეშვეობით იოლია პრიორიტეტების განსაზღვრა, რადგან ასეთი ტიპის აუდიტორია მედიის ნებისმიერ ანკესს ეგება; V-რა სოციალური პირობებია შექმნილი ქვეყანაში – იმ შემთხვევაში თუ სოციალური ფონი ქვეყანაში დაბალია, მოსახლეობა იმდენად დათრგუნული და დაკავებულია საკუთარი სოციალური პრობლემის გადაჭრაზე ფიქრით, რომ ძირითად პოლიტიკურ დღის წესრიგს მათ მაგივრად მედია ადგენს, აუდიტორია კი მას უპირობოდ იღებს; VI-რამდენად რელიგიურია, როგორია

რელიგიის გავლენა აუდიტორიაზე – ისეთი ტიპის ქვეყნებში როგორცაა მაგ. ირანის ისლამური რესპუბლიკა, შეუძლებელია საზოგადოებას რაიმე გავლენა ჰქონდეს ახალი ამბების პრიორიტეტების დადგენისას. ჩვენი დაკვირვებით, დემოკრატიულ ქვეყანაში, რომელიც არ არის ჩართული საომარ მდგომარეობაში, სადაც რელიგია არ კარნახობს ქვეყნის პოლიტიკურ კურსს, სადაც მოსახლეობა დეპოლიტიზებულია და საკუთარ სიმპათიას ძირითადად მხოლოდ არჩევნების დღეს ავლენს, ასეთი ტიპის სოციალურად დაცული, ღია საზოგადოება თავად კარნახობს საინფორმაციო მედიას ახალი ამბების პრიორიტეტებს. თუმცა ვვარაუდობთ, რომ თუნდაც ასეთი ტიპის საზოგადოებისთვისაც შესაძლებელია კონკრეტული სიტუაციისას კონკრეტული პრიორიტეტების განსაზღვრა. ასეთ შესაძლებლობას კი კინოპროდუქცია იძლევა.

- საქართველოს პირველი პრეზიდენტისა და მისი ერთგული გარემოცვის მიერ განხორციელებული ნაბიჯების გაანალიზებიდან გამომდინარე, იკვეთება პროპაგანდის რამდენიმე მეთოდი, ესენია: **“პრობლემის შექმნა”, “დემონიზაცია”, “ისტორიის გადაწერა”, “ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები”, “კლასიფიკატორი”, “გამეორება” და “ინფორმაციული ბლოკადა”**. კვლევაში მოყვანილი ფაქტების ვრცელი ანალიზისა და დასკვნების საფუძველზე, შეგვიძლია მოკლედ ჩამოვაყალიბოთ ის, თუ რატომ წააგო საქართველოს მოსახლეობის 87%-ით მიერ არჩეულმა პრეზიდენტმა პროპაგანდისტული ომი: 1 - გეგმა, რომელიც ეროვნულ ხელისუფლებას ჰქონდა დასახული – ჩაეჭრა კავშირები საბჭოთა (რუსულ) მენტალობასთან, მხოლოდ ნაწილობრივ განხორციელდა. 2 - პირველმა პრეზიდენტმა იდეოლოგიები არა პროფესიონალიზმის, არამედ ერთგულების კრიტერიუმით შეარჩია. 3 - ზვიად გამსახურდიას მიერ წარმოებული ე.წ. “დემონიზაციის” პროპაგანდისტული პროცესი კომიკურ ხასიათს იძენდა. კერძოდ, ერთ შემთხვევაში ზვიად გამსახურდია ხელოვანების უმრავლესობას “წითელ ინტელიგენციას” უწოდებდა და, ხშირ შემთხვევაში, მათ ბრალს სდებდა საბჭოთა უშიშროების კომიტეტთან თანამშრომლობაში, მეორე შემთხვევაში კი, სწორედ მათ მიერ ნაწარმოებ ხელოვნების ნიმუშებს, (მათ შორის უმთავრესად კინოპროდუქციას), იყენებდა მის მიერ მართული ტელევიზია ქართული, ეროვნული სულისკვეთების

ასამაღლებლად. 4 - “ისტორიის გადაწერის” მეთოდი ასევე არათანმიმდევრულად, შერჩევითობის პრინციპის მიხედვით ხორციელდებოდა. პირველმა პრეზიდენტმა დამოუკიდებელი საქართველოსთვის არასასურველი პირების, ავტორიტეტების ლუსტრაცია დაიწყო, თუმცა აქაც დაშვებული იყო მნიშვნელოვანი შეცდომა – ე.წ. “ავტორიტეტების” მსხვერველა არა ობიექტურად, არამედ ზ.გამსახურდიას პირადი სიმპათია-ანტიპათიის მიხედვით ხორციელდებოდა. 5 - გაუაზრებლად და არათანმიმდევრულად მიმდინარეობდა “ინფორმაციული ბლოკადაც”. მას ხშირად “ნახევრად სიმართლით” ანაცვლებდნენ.

- ზვიად გამსახურდიას ხელისუფლებისგან განსხვავებით, ოპოზიცია მეტად გამართული პროპაგანდისტული სტრატეგიით მოქმედებდა. მათი მთავარი მიზანი უკმაყოფილების მუხტის ესკალაცია, დაპირისპირების მაქსიმალურად გამწვავება და შედეგად ხელისუფლების დამხობა იყო. გამსახურდიას პროპაგანდისტულ ხაზს ოპოზიციამ სხვა პროპაგანდისტულ ხერხებთან ერთად, ძირითადად “საცდელი ბურთები”, “კონტრასტის პრინციპი”, “ანონიმური ავტორიტეტი”, “არწივის ეფექტი” და “მედიატორები” დაუპირისპირა. ხელისუფლებისგან განსხვავებით, მოწინააღმდეგე მხარეს არ ჰქონდა წვდომა სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფ მედიასთან, თუმცა მათ საბაზისო “შეიარაღებაში” იყო “ანონიმური ავტორიტეტები” - წარმატებული, პოპულარული ადამიანები, რომლებიც “არწივის ეფექტს” ახორციელებდნენ. ორივე მეთოდი კი თავისთავად შობდა ე.წ. “კონტრასტის პრინციპს” და კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამდა ერთგვარ კლასობრივ დაპირისპირებას.

- კვლევისას განხილული აფხაზეთის ომის ეპიზოდი გვაძლევს საშუალებას დავასკვნათ, რომ საქართველოს ხელისუფლება არათუ მასშტაბურ საინფორმაციო ომს არ აწარმოებდა, ომის მოტივაციაში საკუთარი მოსახლეობის დარწმუნებასაც კი არ ცდილობდა. რა თქმა უნდა, ქართული მასმედია აშუქებდა ომის მიმდინარეობას. ეთერით გადაიცემოდა სხადასხვა მოღვაწისა თუ პოლიტიკოსის პატრიოტული გამოსვლები. პრესაში იბეჭდებოდა ვრცელი იტორიული ექსკურსები იმის დასადასტურებლად, რომ აფხაზეთი საქართველოა, თუმცა ეს ყოველივე ერთიან მედიასტრატეგიაში არ იყო

მოყვანილი. პატრიოტული და არა სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი განცხადებები, დისკუსიები თუ გამოსვლები სტიქიურად ვრცელდებოდა. არ არსებობდა ერთი მიზანი და ერთი მიმართულება.

- გაანალიზებული მასალიდან გამომდინარე იკვეთება, რომ საქართველოს მეორე პრეზიდენტის ედუარდ შევარდნაძის პროპაგანდისტული მიზანი არა სახელმწიფოს, არამედ საკუთარი ძალაუფლების გამყარება იყო. აქვე აღსანიშნავია, რომ ე. შევარდნაძის კულტის ჩამოყალიბებაზე არა მხოლოდ სამაუწყებლო მედია, არამედ კინოპროდუქციაც ჩაერთო (მაგ. რეჟ. ნ. კირთაძის ფილმი), რამაც პრეზიდენტი მოსახლეობისთვის უალტერნატივო გახადა.

- კვლევაში მოყვანილი მაგალითებისა და განვითარებული მოვლენების ანალიზის საფუძველზე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ “ვარდების რევოლუცია” ოპოზიციის მიერ მართული მედიის გარეშე ვერ განხორციელდებოდა. ახალგაზრდა რეფორმატორების მიერ დასახულ ყველა სტრატეგიულ გეგმაში ტელეკომპანია “რუსთავი 2” მთავარი მონაწილე იყო. სწორედ მედიაპროპაგანდის საშუალებით შესძლო ოპოზიციამ შეექმნა ორი პოლუსი და დღის წესრიგის მსგავსად, მაყურებელს არჩევანიც განუსაზღვრა.

ზემოთ გაანალიზებული პერიოდი და გამოტანილი დასკვნები კიდევ ერთხელ ცხადყოფს, რომ ტელე-კინო პროდუქცია არა მხოლოდ გარკვეული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მოვლენების ამსახველი, არამედ შემოქმედია. კვლევის დასკვნითი ნაწილი შეგვიძლია დავასრულოთ ა.შ.შ-ს პრეზიდენტის რიჩარდ ნიქსონის სიტყვებით: *“პროპაგანდასა და ინფორმაციაში ჩადებული ერთი დოლარი უფრო ფასეულია, ვიდრე ახალი იარაღის სისტემების შესაქმნელად ჩადებული ათი დოლარი, რადგან ახალი თაობის იარაღი შესაძლოა არც გამოიყენონ საქმეში, ინფორმაცია კი საათში ერთხელ ყველგან მუშაობს.”*

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გამსახურდია ზ., მიმართვა გაზ. “ქართული აზრი” თბილისი, 19, აპრილი 1992წ.
2. გამსახურდია ზ., 2 სექტემბრის ტელე მიმართვა, სსმ-ს არქივი, 1991წ.
3. გამცემლიძე დ., “ედუარდ შევარდნაძე-ძალაუფლების ვნება და ტექნოლოგია”, ჟურნალი. experti.ge;
4. ზურიაშვილი ნ., ტერვიუ “ცხელი შოკოლადი” 1, მაისი, 2008წ.
5. კანკია ნ., “მხატვრული კინემატოგრაფი სატელევიზიო პროგრამის სტრუქტურაში და მისი ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები” თბ. 2011წ.
6. კირთაძე ნ., ინტერვიუ “ნინო კირთაძის სასწაული”
<http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf> 2009წ.

7. კუტუბიძე ლ., “2000-2005 წლების ქართული პრესის ძირითადი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ასპექტები”, თბ. 2009წ.
8. კიწმარიშვილი ე., მემუარების ნაწილი <http://news.ge/ge/news/story/97635-kitsmarishvilis-memuarebi-rogor-inatsilebdnen-qveynis-yvelaze-maghal-tanamdebobebbs-vardebis-revolutsiis-liderebi>
9. ჟვანია ზ., ინტერვიუ "ჯორჯიან თაიმსისთან" 1994 წ.
<http://www.opentext.org.ge/index.php/index.php?m=28&y=2002&art=10359>
10. რჩეულიშვილი გ., ინტერვიუ, გაზეთი „რეზონანსი“ 25, ნოემბერი, 2003წ.
11. სახელმწიფო საბჭოს სხდომის სტენოგრამა 11 აგვისტო 1992
12. შევარდნაძე ე., “ფიქრი წარსულსა და მომავალზე”. მემუარები, თბილისი 2006წ
13. შევარდნაძე ე. მიმართვა სოხუმიდან გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“ 207(735), 1993წ.
14. შევარდნაძე ე. ინტერვიუ, გაზ. საქართველოს რესპუბლიკა, 4 (807), 1994წ.
15. შევარდნაძე ე. “დსთ“-ში შესვლის თაობაზე, კენჭისყრის წინ, საქართველოს პარლამენტში გამომსვლელთა სტენოგრაფიული ჩანაწერები. 1994წ.
<http://droni.ge/?m=3&AID=5413>
16. შევლიძე დ., პოლიტიკური დაპირისპირებები და ეროვნული ხელისუფლების დამსობა საქართველოში (1987-1992წ.წ). თბილისი 2008წ.
17. ჩარკვიანი ხ., “PR-ის როლი პოსტ-საბჭოთა საქართველოს დემოკრატიული ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში”. თბ. 2011წ.
18. ჭელია ბ., “მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში”, თბ. 2009წ.
19. Гарифуллин Рамиль, “Психология политического блефа” (1.10.5. Полуправда)
<http://psyfactor.org/lib/politbluff-0.htm>
20. Кара-Мурза. “Манипуляция сознанием”. – “Орианы”. Киев, 2000.
21. Почепцов Г.Г. “Коммуникативные технологии двадцатого века”, 2002.
22. Почепцов Г.Г. “Психологические Войны” 2000.
23. Рубинштейн Сергей “Основы общей психологии”. Глава VIII. “Теория памяти”, 2000.
24. Сороченко Виктор “Энциклопедия методов пропаганды”
25. Adolf Hitler: “Mein Kampf”, 1934y.

26. David L. Altheide - "Creating Fear: News and the Construction of Crisis", 2002y.
27. David L. Altheide - "Terrorism and the Politics of Fear," 2006y.
28. Dolf Zillmann "Connections between sexuality and aggression," Second Edition 1998y.
29. Erich Goode "Drugs in American Society". 1999y.
30. Frank Furedi - "The Politics of Fear," 2005y.
31. Gaulin, Steven J. C. and Donald H. McBurney. "Evolutionary Psychology". 2003y.
32. G. M. Kosicki, "Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research", 1993y.
33. Hilmar Hofman, "The Triumph of Propaganda", 1996y.
34. Jennings Bryant, Susan Thompson, "Fundamentals of Media Effects", 2001y.
35. Kevin Williams "Read All about It," 2010y.
36. Konrad Z. Lorenz - "On Aggression" 1966y.
37. M. McCombs, & D. Shaw, The agenda-setting function of mass media, 1972y.
38. Michael J. Robinson - The News Interest Index, 1986-2007, Two Decades of American News
39. Paul Joseph Goebbels "Aus Churchills Lügenfabrik," Die Zeit ohne Beispiel (Munich: Zentralverlag der NSDAP), pp. 364-369. 1941y.
40. Philip Agee "Inside the company: CIA diary" Bantam Books, 1975y.
41. Preferences; Part 1: "Analyzing What News the Public Follows - and Doesn't Follow", 2007y.
42. Tony Shaw – "Hollywood's Cold War" 2007
43. Walter Lippmann, "Public Opinion", 1922y.
44. William Blum "Killing Hope: US Military and CIA Interventions Since World War II", 2003y.
45. Zbigniew Brzezinski – "Washington Post" 26 March, 2007y.

სადისერტაციო ნაშრომში აღნიშნულის გარდა უხვადაა გამოყენებული საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივის ფონდებში დაცული (აუდიო, ვიდეო) მასალა.

Revaz Tchitchinadze

*The Humanitarian and Social sciences,
Business and Management Faculty
Candidate of the doctor's degree*

Resume

For the research: Television and Cinema, as the denominator weapon of mass manipulation (From the restoring of the independence of the state, until the “Rose Revolution”)

The case we research is the propaganda, which is the most powerful lever of the manipulation. It is the most important case for the past years in Georgia. That's why we took the case for research. Television and Cinema, as the denominator weapon of mass manipulation (From the restoring of the independence of the state, until the “Rose Revolution”). In the most cases TV and Cinema are not just the lever for direction, they mostly are the creators of ideology. In the world there is used six main direction of “political communication”. Without TV and Cinema it is impossible to establish “polit.

communication” in the modern world. Destroying Soviet State and its ideological machine caused the inevitability of changing the structure of public opinion, thoughts. In those complicated processes, Georgian TV and Cinema were determinant. By the years there is worked out several methods of sociological influence over the population. All of them were used in Georgia during the end of XX century and after.

Earlier in 90th (presidency of Z. Gamsakhurdia), opposition used the methods known as “anonymous authority”, “classifier” and ext. Rulers contrasted the same and finally in several months, this “propaganda struggle”, which in literature is known as “boomerang effect”, caused civil war in Tbilisi. Considering newest history, we do not have to forget the technologies used before “Rose Revolution” (2003). It was well planned propaganda, which prepared “decisive fight for Georgia” in the minds of the population. In this case rulers were TV and Cinema as well.

Due the years of TV & Cinema Propaganda, we have got extremely politicized and jealous society, but if we consider the history of other states, we have to have hope that one day Georgian “new democracy” will grow up and will use TV & Cinema for creating strong civil society. Due working over the research, there was published several publications over the case. TV and Cinema, as a lever for creation the new public opinion; Nazis theory of “Big Lie”, Soviet “Half Truth” and “Circuitous Way” of the Cold War period; The First Trial of Mental Revolution in Post-Soviet Georgia; Creating Problem – what society has to think about (On the base of the “Chapel Hill Study” 1968y) – those are the numerous issues, which are discussed and analyzed in the research. The most important case is The First Trial of Mental Revolution in Post-Soviet Georgia. Here we can give small theses on the issue:

- ✓ The main aim of the first president of Georgia was, to get rid people of the soviet mentality. For the President Zviad Gamsakhurdia wasn't enough just to declare independence of the state. The leader of the national-liberation movement was expecting danger from foreign as well as from internal enemies. Against the “Red Intelligence” (that is the term how Z. Gamsakhurdia named the most part of popular and high authority Georgian celebrities, among them were also journalists who were working on state TV broadcaster), the head of supreme council and after the first president of Georgia, decided to put in motion propaganda machine – Television.

- ✓ The very first sum of the leader of “Round Table Independent Georgia” was absolute control over the propaganda lever. For Zviad Gamsakhurdia, was known the

mode of the journalists and all the stuff working on the state TV broadcaster. He estimated their view as anti-governmental, anti-national; that's why by the decision of the president, the head of the state TV-Radio department became his devoted ally Teimuraz Kvantaliani, who wasn't known for the stuff of the broadcaster. This decision of Z. Gamsakhurdia became the reason of the first crack among the Georgian journalists and it makes deeper the confrontation between journalists and new government.

✓ The preference of the new government of Georgia was the evident fact that in that period, in Georgia there was just one TV broadcaster, accordingly controlling state TV-Radio department wasn't a problem for the President. Z. Gamsakhurdia also had devoted allies like T. Kvantaliani, but the biggest problem were professionalism, and discord among the journalists

There was obvious peril and enemy, in some cases maybe risks were exaggerated, but however, it was real. There were the biggest wish and bright aim to deserve, reach the total independence of the state. Also there was the reality of 90-s, which gave all resource to the government, including broadcasting media which officially was under the state (important fact is that there was not business sector). There was the huge popularity of Z. Gamsakhurdia and the dream – freedom which came true. By these circumstances, the trial of the mental revolution had to be succeeded, but in sum Georgia came into civil war.

Also, upper we mentioned the Nazis theory of “Big Lie”. This line of the propaganda was also very actual for the research, because, we underlined numerous parallels. As it was mentioned the Soviet propaganda was very close with Nazis. Also we have to acknowledge, that the newly born Georgian rulers were legate of the soviet period especially when we are talking about E. Shevardnadze, the president of Georgia, who was the minister of foreign affairs of the Soviet Union. However, to fill the all picture, we need to review the past.

The most pure examples of the influence on the people are the movies of the German film director Leni Riefenstahl. Her “Triumph of the Will” and “Olympia” caused great “emotional resonance” among masses.

If in Nazi Germany cinematograph was used for “staging” political messages and underline the power of the State, Soviet empire choose to go the way of the “Half Truth”.

During the Second World War, for breaking through Nazis rectilinear propaganda, “west” decided to act by “Circuitous Way”. Firstly method was used by broadcasting company “BBC”. After the Second World War, methods of “Circuitous Way”

refined, got more perfect. The analytical group of the Central Intelligence Agency, (CIA) of the USA, created the document with the name: “Psychological War against USSR”. In this document there are several themes which are recommended to use during the “Cold War” by the help of the cinematography and TV production (meaning educational TV films).

1930-1960 is the period, when Cinema and TV production became the main weapon for social and political manipulations. The main methods of the propaganda were also developed during this period. If in 1930 was worked out just the theory of the methods of propaganda, by the help of cinematography at the end of the decade, theory turned into practice. Later it was developed by broadcasting media as well. Methods of Propaganda worked out in this period (1930-1960) still are one of the most effective levers.

While researching the methods of the propaganda we also have to look an eye on the one of the most important studies - “Chapel Hill Study” 1968y. This research is very important because we can clearly understand how one can “create problem” for the society to think about. How one can manipulate over our opinion.

Creating the problem – what society has to think and discuss about, depends on the news programming – news setting. In spite of the general dispose of the public on some issue, on account of news agenda setting, when some subject gets top news, as usual, the issue becomes the most important question for the discussing.

About the influence of media programming and news setting over the public, the first research was provided in the 20th of the 20th century, by an American [public intellectual](#), [writer](#), [reporter](#), and [political commentator](#) (famous for being among the first to introduce the concept of “[Cold War](#)”), - Walter Lippmann. In the research – “Public Opinion” (published in 1922) W. Lippmann proves, that mass media is the one who define what society has to think about.

The priorities of the public are fully identical to the priorities set by mass-media especially to the news agenda setting. Transferring and define important topics from news media to the public became the reason of numerous future researches. The well-grounded, one of the deepest scientific researches on the “agenda-setting function of mass media”, during 25 years was provided by the researchers M. McCombs, & D. Shaw.

According on analyzing international media campaigns, as well as on the processes courses in Georgia, we can’t consider the subject (mass media agenda-setting

influence on the public), just by one formula. We think that the degree of the influence of mass media agenda setting, (and on the contrary) depends on several important factors: 1 - What kind of State board is in the country; 2 – what type of society we are discussing about is it closed or open society; 3 – If there is martial law in the country; 4 – How politicize is society; 5 – What kind of social environment is in the country; 6 – What is the degree of the influence of the religion among the public.

If we will compare principal movie episodes screening with TV news setting we will find out the similarity of news headlines and movie episodes. Researches show the identity of news headlines and movie episodes.

As the empirical (laboratory method, experiment), so theoretical analyses proves that the news service of the broadcasting media uses the same formula of “agenda-setting” as the film director. While working on the main episodes of the movie, film director as well as the journalist or the producer of the broadcasting news service are the one who define agenda - what society has to think about

As the resume, we can say, that, Television as the social-cultural institution was created on the basis of all other before existed civil, social-cultural institutions. TV was able to create huge scale for the influence upon the masses. On this case, (as well as on other cases picture editing, sound ext.), Television is too similar with cinematography; Because TV as well as Cinematograph we can consider as not just the ruler, but the creator of the ideology.