საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ხათუნა საგინაშვილი

ჟურნალისტიკა, როგორც სიტყვის მსახურების პროფესია გლობალიზაციის ეპოქაში

წარმოდგენილია დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

სადოქტორო პროგრამა – მასობრივი კომუნიკაცია/ჟურნალისტიკა

შიფრი 0703

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

თბილისი, 0160, საქართველო

2020 წელი

საავტორო უფლება ©2020 წელი, ხათუნა საგინაშვილი

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და სოციალურ

მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ჩვენ, ხელმომწერნი ვადასტურებთ, რომ გავეცანით ხათუნა საგინაშვილის მიერ შესრულებულ სადისერტაციო ნაშრომს დასახელებით: „ჟურნალისტიკა, როგორც სიტყვის მსახურების პროფესია გლობალიზაციის ეპოქაში“ და ვაძლევთ რეკომენდაციას საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა და მასობრივი კომუნიკაციის (სადოქტორო პროგრამები: მასობრივი კომუნიკაცია/ჟურნალისტიკა“; „სოციალური მეცნიერებები“; „არქეოლოგია“) საუნივერსიტეტო სადისერტაციო საბჭოში მის განხილვას, დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად.

თარიღი: „---------“„-----------------“ 2020 წელი

ხელმძღვანელი:---

რეცენზენტი: ---

რეცენზენტი---

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

2020 წელი

ავტორი: ხათუნა საგინაშვილი

დასახელება: „ჟურნალისტიკა, როგორც სიტყვის მსახურების პროფესია გლობალიზაციის ეპოქაში“

პროგრამა: მასობრივი კომუნიკაცია/ჟურნალისტიკა

ხარისხი: სოციალურ მეცნიერებათა აკადემიური დოქტორი „მასობრივი კომუნიკაცია/ჟურნალისტიკის“ მიმართულებით

სხდომა ჩატარდა:______________________________, 2020 წელი

ინდივიდულაური პიროვნების ან ინსტიტუტების მიერ ზემოთმოყვანილი დასახელების დისერტაციის გაცნობის მიზნით მოთხოვნის შემთხვევაში, მისი არაკომერციული მიზნებით კოპირების და გავრცელების უფლება მინიჭებული აქვს საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტს.

ავტორის ხელმოწერა

ავტორი ინარჩუნებს დანარჩენ საგამომცემლო უფლებებს და როგორც მთლიანი ნაშრომის, ასევე მისი ცალკეული კომპონენტების გადაბეჭდვა და სხვა რაიმე მეთოდით რეპროდუქცია დაუშვებელია ავტორის წერილობითი ნებართვის გარეშე.

ავტორი ირწმუნება, რომ ნაშრომში გამოყენებულ საავტორო უფლებებით დაცულ მასალებზე მიღებულია შესაბამისი ნებართვა (გარდა იმ მცირე ზომის ციტატებისა, რომლებიც მოითხოვენ მხოლოდ სპეციფიურ მიმართებას ლიტერატურის ციტირებაში, როგორც ეს მიღებულია სამეცნიერო ნაშრომების შესრულებისას) და ყველა მათგანზე იღებს პასუხისმგებლობას.

ვუძღვნი ჩემს უკვდავ სამშობლოსა და მის სულიერ მამას, უწმიდესსა და უნეტარეს ილია II –ს!

„მარად და ყველგან, საქართველოვ, მე ვარ შენთანა!
მე ვარო შენი თანამდევი, უკვდავისული.
შენთა შვილთვსისხლითვგული სრულად გარდამებანა,
ამ გულში მე მაქვს შენი აწყმო, შენი წარსული.“

რეზიუმე

თემის აქტუალობა: მოკლედ რომ მოვახდინოთ ფორმულირება, რას ეძღვნება წინამდებარე ნაშრომი? მთავარი კითხვა, რომელზე პასუხის გაცემაც დავისახე მიზნად ამ კვლევის ფარგლებში, ესაა – ემსახურება თუ არა გლობალიზაციის თანამედროვე ეპოქაში ქართული ჟურნალისტიკა, კერძოდ კი – ტელემედია საზოგადოებაში პატრიოტული სულისკვეთების გაძლიერებას –

ეპოქაში, რომელიც სრულებით ახალი გამოწვევების წინაშე გვაყენებს და განსხვავებულ სტანდარტებს ამკვიდრებს; დროებაში, რომელიც ბევრ სიკეთესთან ერთად ნიველირებით ემუქრება ისეთ ღირებულებებს, რომლებიც ოდითგანვე საკრალური, წმიდათა წმიდა იყო ქართული ცნობიერებისთვის, რომლებსაც არასდროს გასდის ყავლი. საინფორმაციო ომების დღევანდელ ეპოქაში, როცა მედია, ფაქტობრივად, ქცეულია გლობალურ სამყაროში შერკინების ერთერთ მთავარ იარაღად, ქართულ მედიას შეუძლია და ვალდებულიცაა, პოპულარიზაცია გაუწიოს და ერთგვარად, თვითგადარჩენაში ხელი შეუწყოს ეროვნული იდენტობის მთავარ მახასიათებლებსა და ნაციონალურ ფასეულობებს. თუ რამდენადაა ქართული ტელემედია ადექვატური გლობალიზაციის თანამედროვე გამოწვევების მიმართ და როგორ ართმევს თავს ზემოთ ჩამოთვლილ ამოცანებს – სწორედ ამ კითხვებზე პასუხის გაცემას შევეცდებით წინამდებარე კვლევის ფარგლებში.

გლობალიზაციას, ისე როგორც ნებისმიერ მოვლენას, მედალივით ორი მხარე აქვს, მედიის, როგორ პირუთვნელი მედიატორის ფუნქცია კი სწორედ ისაა, რომ საზოგადოებას მიაწოდოს ობიექტური, არატენდენციური ინფორმაცია ნებისმიერი მოვლენის დადებითი და უარყოფითი მხარეების შესახებ.

ბევრი ანალიტიკოსის აზრით, გლობალიზაცია პატარა ერებს შთანთქმით, ხოლო მათ თვითმყოფადობას – გადაგვარებით ემუქრება. ეს კი განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია ქართველებისთვის, რომელთაც ყოველივე უცხოს „საუცხოო" ვუწოდეთ, რაც ქმნის იმის საშიშროებას, რომ საზღვრებს გარედან შემოტანილი ნებისმიერი სიახლე ოვაციებით მივიღოთ და ყოველგვარი სელექციის გარეშე დავამკვიდროთ ქართულ სინამდვილეში.

თანამედროვე მოაზროვნეთა აზრით, გლობალიზაცია – თანამედროვე ბაბილონის გოდოლია, რომელსაც მიზნად დაუსახავს კაცობრიობის ისტორიაში ხალხთა უპრეცედენტო ერთობის ჩამოყალიბება. ანალიტიკოსების ნაწილის აზრით, იგი ობიექტური პროცესია, რომელიც მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის და მისი თანმდევი კომუნიკაციების უკიდურესი განვითარების ლოგიკური შედეგია. თუმცა დიდია იმ მოაზროვნეთა და მკვლევართა რიცხვი, რომლებიც გლობალიცაზიის გამალებული პროცესის უკან კონკრეტულ სუბიექტურ ფაქტორებს ჭვრეტენ, ასეთივე ზუსტად განსაზღვრული, კონკრეტული მიზნებით, მოტივაციით, ტაქტიკითა და სტრატეგიით. ამ მოსაზრებას იზიარებენ რიგი სასულიერო მოღვაწენიც, რომელთა

განმარტებით გლობალიზაციის პროცესს ღრმა რელიგიური ასპექტები გააჩნია და სამყაროს ესქატოლოგიურ განზომილებას უკავშირდება.

ასეა თუ ისე, ერთზე თითქმის ყველა თანხმდება: როგორც აღვნიშნეთ, გლობალიზაციას, ისე როგორც მედალს, ორი მხარე აქვს და მისი კვლევისას მხედველობიდან არ უნდა გამოგვრჩეს როგორც დადებითი ასპექტები, ასევე დიდი საფრთხის შემცველი მისი უარყოფითი მხარეები.

კვლევის მიზანი: წინამდებარე კვლევის მიზანიც სწორედ ისაა, რომ ამ პრიზმაში შევაფასოთ ქართული ტელემედია და როგორც მედიამკვლევარებმა დავდოთ მიუკერძოებელი დასკვნა, თუ რამდენად ართმევს ის თავს სტრატეგიულ ამოცანებს. კეთილსინდისიერი მედიასაშუალებისთვის კი ეს ამოცანა მდგომარეობს იმაში, რომ მის მიერ აუდიტორიისადმი მიწოდებული „სიტყვა“ იყოს ობიექტური, მიკერძოებისაგან, ტენდენციურობისგან, სუბიექტური ფაქტორების მავნე ზეგავლენისგან მაქსიმალურად თავისუფალი. ჩვენს მიზანს წარმოადგენს აღნიშნული მედიასტრატეგიების გლობალისტური ეპოქითა და გარემოთი დეტერმინირებულობის ხარისხის განსაზღვრა.

კვლევის საგანიდა ობიექტი: წინამდებარე კვლევის საგანია ქართული ტელემედია, მისი საეთერო ბადეები, განვითარების ძირითადი ტენდენციები, კერძოდ საკვლევად ავირჩიეთ ორი მიმართულება – „ქართული მედია და გლობალიზაცია“ და „ქართული მედია და პატრიოტიზმი“.

ზოგადად, შეუიარაღებელი თვალითაც ჩანს, რომ ქართულ მედია-სივრცეში ამ მხრივ სრული ვაკუუმია – სიტყვა „გლობალიზაციის“ ხსენება საერთოდ არაა, მაშინ როცა ამ უმნიშვნელოვანეს საკითხს უნდა ეძლვნებოდეს თოქ-შოუები, დისკუსიები, დებატები, სადაც მოხდება პროფესიონალური მსჯელობა გლობალიზაციის ყველა პოზიტივისა და ნეგატივის შესახებ, რაც როგორც საზოგადოებას, ასევე პოლიტიკოსებსაც სწორ ორიენტაციაში დაეხმარება ამ უდიდეს გამოწვევასთან მიმართებაში.

კვლევის მეთოდოლოგია: კვლევის მეთოდად გამოვიყენე კონტენტ-ანალიზი, სტატისტიკური მეთოდი, სოციოლოგიური გამოკითხვა.

კონტენტ-ანალიზის მიზანი იყო გამომევლინა, რამდენად ხდება ქართული მედიის ყურადღების ცენტრში გლობალიზაცია, მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეებით, ეძღვნება თუ არა მას სათანადო ყურადღება ქართულ არხებზე, რაც

უნდა დაეხმაროს მაყურებელს სწორ ორიენტაციაში თანამედროვეობის ამ უდიდეს გამოწვევასთან მიმართებაში.

გლობალიზაციის თემის პარალელურად ჩემი კვლევის ობიექტი იყო პატრიოტული თემატიკა, თუ რამდენად ახდენენ ქართული ტელეარხები პატრიოტიზმის სულისკვეთების გაძლიერებას როგორც ქართულ, ასევე არაქართულ მოსახლეობაში, რასაც გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს გლობალიზაციის ეპოქაში თვითგადარჩენისთვის, მით უფრო საზოგადოებაზე მეოთხე ხელისუფლების გავლენის გათვალისწინებით.

ამ პრიზმაში შევისწავლე ძირითადი ქართული ტელეარხების საეთერო ბადეები, თუ როგორი ხვედრითი წილით არის მათში წარმოდგენილი პატრიოტული გადაცემები – საქართველოს ისტორიაზე, ბუნებაზე, დემოგრაფიაზე, რელიგიაზე, რეგიონებზე, ღირსშესანიშნაობებზე და ა.შ.

საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ძირითად არხებზე სტატისტიკური მეთოდით დავითვალე სიტყვა „გლობალიზაციის“, „სამშობლოს“, „პატრიოტიზმის ხსენება“. ასევე პარალელურად დავთვალე შედარებით ახალი ცნებების – „სამოქალაქო საზოგადოების“, „მოქალაქის“, „უმცირესობათა უფლებების“ და ა.შ ხსენება და ვეცადე შეპირისპირების მეთოდით გამერკვია, ხომ არ ახდენს ქართული ტელემედია ფასეულობების ერთგვარ ტრანსფორმაციას და ახალი ღირებულებების დამკვიდრებას.

შევისწავლე ტელეარხების დაფინანსების წყაროები და ის მიმართულებები, რომელთა ტირაჟირებითაც არიან დაინტერესებული კონკრეტული დონორები, მათ შორის „ღია საზოგადოება-საქართველო“.

ტელემედიასაშუალებების დაფინანსების წყაროებისა და იმ ტრენინგების კვლევის პროცესში, რომლებიც უტარდებათ კონკრეტული მედიაპროდუქციის შემქმნელებს, გამოვლინდა, რომ ქართული ტელემედიასაშუალების თანამშრომლები გადიან დონორებისგან დაფინანსებულ სპეციალურ, ძვირადღირებულ ტრენინგებს, რომლებიც უთითებს მათ საქმიანობის კონკრეტულ ვექტორებს.

კვლევის მეცნიერული სიახლე: წინამდებარე კვლევა, ფაქტობრივად, წარმოადგენს პირველ მცდელობას, განიხილოს ქართული ტელემედიის კონტენტი

გლობალიზაციის გამოწვევების პრიზმაში. სიახლეს წარმოადგენს ტელემედიის კონტენტის ანალიზი ზემოთ ხსენებული მიმართულებით: თუ რამდენად ემსახურება ქართული ტელეჟურნალისტიკა საზოგადოების აღზრდას პატრიოტული სულისკვეთებით; ახდენს თუ არა იგი მარადიული ღირებულებების პოპულარიზაციას, ახდენს თუ არა ღირებულებების ერთგვარ გაყალბებას და ამკვიდრებს თუ არა „სამშობლოს" ცნების მაგიერ „ სამოქალაქო საზოგადოებას", სამშობლოსადმი თავგანწირვის ნაცვლად – ადამიანის უფლებებს, პატრიოტის ნაცვლად – მოქალაქის ცნებას; არის თუ ის ეროვნული ინტერესების სამსახურში, თუ ემსახურება მოდურ, გარედან თავსმოხვეულ, რაღაც ამორფულ „ზენაციონალურ" ინტერესებს.

კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა, რომ ქართული მედიის ეს ერთგვარი ტრასფორმაცია სრულებით არაა უანგაროდა მის უკან ძალიან კონკრეტული ფინანსები იმალება.

კვლევის განმავლობაში ასევე გამოვლინდა ფაქტები, რომ მედიასაშუალებების წარმომადგენლებს უტარდებათ კარგად დაფინანსებული ტრენინგები და ინსტრუქტაჟი, თუ რა თემები უნდა გააშუქონ და რა თემები დაბლოკონ ტელესივრცეში.

საინფორმაციო ომების ეპოქაში დიდი გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა კაცობრიობა ინფორმაციის წარმოშობის, მოპოვებისა და გავრცელების თვალსაზრისით, ინფორმაციისა, რომელიც ორლესულ მახვილად ქცეულა ინფორმაციული ომების ჩვენს ეპოქაში.

თავის დროზე ნაპოლეონი ამბობდა: „ათას ხიშტზე მეტად სამი გაზეთის მეშინიაო", რაც ზუსტად გამოხატავს საინფორმაციო ომების არსს, ნაპოლეონის შემდგომი კაცობრიობა კი ამ სფეროშიც, ისე როგორც ყველა დანარჩენში, გაცილებით შორს წავიდა.

სიტყვამ შეიძლება მოკლას და ამავდროულად, სიტყვამ შეიძლება ააღორძინოს. თუკი უწინდელ ეპოქებში საზოგადოებრივი ფორმაციები იცვლებოდა „ხიშტის ძალით", დღეს უკვე ასეთ იარაღად ეკრანიდან ნასროლი სიტყვა იქცა, რაც მით უფრო ზრდის პასუხისმგებლობას იმ პირებისა, რომელთაც საკუთარ პროფესიად სიტყვის მსახურება – ჟურნალისტიკა აურჩევიათ.

ეს ყველაფერი მეტად საინტერესოა ჩვენთვის მეცნიერული კვლევის თვალსაზრისით, რათა გავერკვეთ, რა მანიპულაციებით ხდება ტელესიტყვის გამძაფრება, რათა მიღწეულ იქნეს მიზანი, ეს მიზანი კი კეთილსინდისიერი ჟურნალისტისთვის ობიექტური სიმართლის გავრცელებაა, არაკეთილსინდისიერისთვის კი, შესაძლოა, პირად, მერკანტილურ ამოცანებს ემსახურებოდეს.

ნაშრომის პრაქტიკული ღირებულება: ზემოთქმულის გათვალისწინებით წინამდებარე ნაშრომის პრაქტიკულ ღირებულებად უნდა მივიჩნიოთ თანამედროვე ქართული მედიის განვითარების ძირითადი ტენდენციების გამოვლენა, მათი შეთავსებადობა ქართული სახელმწიფოს ეროვნულ ინტერესებთან, რეკომენდაციების შემუშავება, თუ როგორ უნდა მოხდეს დადებითი ტენდენციების მოტივირება და სტიმულირება, რათა მოხდეს ტელეატმოსფეროს შემდგომი გაუმჯობესება. საინტერესოა, დემოკრატიისა და საბაზრო ეკონომიკის პირობებში რა დოზით შეიძლება ჩაერიოს ამაში თავად სახელმწიფო, რათა სამართებლის პირზე გავიაროთ და არ დავაზიანოთ არც ჩვენი ეროვნული ინტერესები და არც დემოკრატიის ძირითადი პრინციპები.

Abstract

This project deals with research of prinicpal trends of modern Georgian media -- TV, radio, press, internet -- in connection with main challenge of the time, that is globalisation

Globalisation defines all aspects of mankind's life and therefore, its eventual fate. Hence, it is paramount for the media to be adequate in covering processes associated with it

Globalisation -- as modernity's one of the main big challenges -- has an impact not only on every aspect of the state's existence but also on ever-day life of its citizens. It causes next re-jigging | distribution of the world, simplifying of border controls, extreme development of communications, fluctuation of exchange rates and even, in case of the European Union, disappearence of national currencies

Globalisation changes national cultures, education systems, general human values as well, and even transforms the mankind mentally

So, how should one treat this irreversible process and its logical consequences?

Modernists see more positives than negatives in recent developments. Fundamentalists and ultra-nationalists think exaclty opposite. This widens the precipice between those radical ideologies and breeds antagonism, albeit as respected clericals say, the God's path lies midway between those banks

Getting to a such 'golden mean' needs great wisdom. That's why it is so difficult. Nevertheless, it seems as the best recipe in connection with object of our research -- globalisation that is

Discussing of such issues and searching for the already mentioned golden mean should be main topics of thematical and cognitive broadcasts, political debates and talk-shows, newspaper columns etc

This scientific research project is dedicated to evaluation of extent as to how adequately globalisation's challenges, its pros and cons are shown in media

Globalisation means united world, commonly-used communications, integrated ecomomics; export of capital rather than products, injections into third world countries -- where cheap workforce and resources are; and foremost -- of general humanity values which are codified into numerous international conventions, declarations and charters

What should be checked is whether established values are being implicitly re-evaluated. How often one hears 'Motherland, National | State interests, Patriotism, Sacrifice for Motherland' etc via TV and radio? Is there a gradual mutation of the Motherland's notion, and even its substitution with 'Civic Society'?

Gauging media's role in this process is an object of our research. Globalisation encompasses everything. It alters not only material values of the mankind -- it impacts on spiritual values, outlook, mentality and originality. The very idea of globalisation is actively propagated by media moguls, holdings and of course, via the most powerful weapon -- internet

It is equally important for our research to establish how comprehensively positives of globalisation are covered. For example, global levers of state co-operation could be effectively chanelled towards solving pressing ecological issues, fighting trans-national narco-mafia, in health care -- treating incurable diseases

Media can and should inform the society more extensively in this respect. As to how is this the case in Georgia -- represents one of the main directions of our research.

შინაარსი

1 შესავალი 14

2 ლიტერატურის მიმოხილვა 17

3 ინფორმაციის გავრცელების ტრანსფორმაცია 35

4 გლობალიზაციის ეპოქა და მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეები 52

4.1 გლობალიზაცია და უსამშობლო ცნობიერების საზოგადოებრივი „მეტრები“ 56

5 მედიის როლი ღირებულებათა გადაფასების პროცესში 66

5.1 ქართული მედია, როგორც უსამშობლო ცნობიერების მსოფლიო მოქალაქეების აღმზრდელი 70

5.2 ქართული მედია ფასეულობათა გადაფასების სამსახურში 72

5.3 უხილავი დირიჟორის ჯადოსნური ჯოხით მართული ქართული მედია 73

6 „არის თუ არა მედია პოლიტიკური ბრძოლის იარაღი გლობალიზაციის ეპოქაში“ 80

7 „ფეიკნიუსი“ გლობალიზაციის სამსახურში 90

7.1 ცილისწამება, როგორც ფეიკნიუსის იარაღი 94

7.2 დაფინანსება „კუდიანებზე ნადირობისთვის“ 98

7.3 „ჩიტი-ნიუსები“ 101

7.4 „მტრის ხატი“ საერთაშორისო მედიაში 101

7.5 ფეიკნიუსები მსოფლიოს ახალი გადანაწილების სამსახურში 105

7.6 ფეიკნიუსებთან ბრძოლა 106

8 ახლი ტერმინოლოგიის დანერგვა: ნაციონალური და „ზენაციონალური“ მედია 112

9 რეკომენდაციები 113

დასკვნა 115

გამოყენებულილიტერატურა: 125

1 შესავალი

გლობალიზაციის ეპოქაში მიმდინარე ცვლილებებმა რადიკალურად შეცვალეს როგორც მასობრივი კომუნიკაციის ფუნქციონალური ველი, ასევე ინფორმაციული ტექნოლოგიები, რამაც დღის წესრიგში დააყენა ქართული ტელემედიის დროის მოთხოვნებთან შესაბამისობის საკითხი. მსოფლიო საინფორმაციო სივრცეში ორგანული ჩართვის აუცილებლობამ მოითხოვა ქართული ტელემედიის პრინციპული პოზიციის ჩამოყალიბება გლობალიზაციის როგორც პოზიტიური, ასევე ნეგატიური მხარეების მიმართ. ამან გამოკვეთა პრობლემათა წრე, რომელმაც ასახვა ჰპოვა ქართულ ტელეჟურნალისტიკაში, კერძოდ, გლობალიზაციიდან მომდინარე საფრთხეებისა და მის წამლეკავ მორევშიეროვნული ღირებულებების გადარჩენის სტრატეგიების წარმოჩენა; მარადიულ, ყავლგასუვლელი ღირებულებების – სამშობლოს სიყვარულის, მისთვის თავდადების, სამშობლოს საკეთილდღეოდ პირადი ინტერესების მსხვერპლად გაღების, შობადობის ზრდის, ქართული კულტურის, ღირსშესანიშნაობების, ბუნების, ენის, ტრადიციების და ა.შ. – პოპულარიზაცია.

გლობალიზაცია დიდწილად განსაზღვრავს კაცობრიობის ცხოვრების ყველა სფეროს და შესაბამისად, მის ესქატოლოგიურ ბედსაც. ამდენად, მით უფრო მნიშვნელოვანია მედიის ადეკვატურობა გლობალიზაციის თანმდევი პროცესების გაშუქებისას.

გლობალიზაცია, როგორც თანამედროვეობის ერთერთი ყველაზე დიდი გამოწვევა, გავლენას ახდენს არა მხოლოდ მსოფლიო სახელმწიფოების არსებობის ყველა მხარეზე, არამედ მათ მოქალაქეთა ყოველდღიურობაზე. ის

ახდენს მსოფლიოს საინფორმაციო სივრცის ახლებურ სტრუქტურირებას, საკომუნიკაციო საზღვრებისა და ბარიერების მოშლას, საინფორმაციო ტექნოლოგიების ნახტომისებრ განვითარებას, ეროვნული ვალუტების კურსის ცვლილებას ან სულაც – მათ გაქრობას (ევროკავშირის ქვეყნებში მიმოქცევის მთავარი ვალუტა გახდა ევრო); გლობალიზაცია, ასევე, ცვლის ქვეყნების კულტურას, განათლების სისტემას, ეთნოეროვნულ ღირებულებათა სისტემას და რაც მთავარია, ახდენს ადამიანის მენტალურ ტრანსფორმაციას.

გამომდინარე აქედან აქტუალურ საკითხად იქცა ამ შეუქცევადი პროცესისა და მისი ლოგიკური შედეგების მიმართება მასმედიის პრობლემატიკასთან.

მოდერნისტები მიმდინარე მოვლენებში პოზიტივს უფრო მეტს ხედავენ, ვიდრე ნეგატივს, ფუნდამენტალისტები და ულტრანაციონალისტები კი – პირიქით, რითაც კიდევ უფრო ღრმავდება უფსკრული ამ უკიდურეს მსოფხედველობით სისტემებს შორის და იზრდება ანტაგონიზმი, თუმცა, როგორც ამბობენ სასულიერო მოღვაწენი, ღვთის სამეუფო გზა უკიდურესობებს, რადიკალურ ნაპირებს შორის, სადღაც შუაში გადის. სწორედ ამ ოქროს შუალედის დაჭერაშია ყველაზე დიდი სიბრძნეცა და, ამავდროულად, სირთულეც, რაც არის კიდეც საუკეთესო გამოსავალი, მათ შორის ჩვენი კვლევის საგანთან – მედიასივრცის გლობალიზაციასთან მიმართებაშიც. სწორედ ხსენებული ოქროს შუალედის მოძებნის აუცილებლობა და მასმედიაში მისი ტირაჟირება თემატურ და შემეცნებით გადაცემებში, პოლიტიკურ დებატებსა და თოქშოუებში, ბეჭდური მედიის მუდმივმომქმედ რუბრიკებში განაპირობებს წინამდებარე ნაშრომის აქტუალურობას.

გლობალიზაცია – ესაა ერთიანი მსოფლიო, საერთო კომუნიკაციები, ინტეგრირებული ეკონომიკები, საუკუნეების წინ დაწყებული კაპიტალის გატანა პროდუქციის ნაცვლად, ინვესტიციების განხორციელება მე-3 მსოფლიოს ქვეყნებში, იქ, სადაც იაფი მუშახელი და რესურსებია; და რაც მთავარია – საერთო, ზოგადსაკაცობრიო ღირებულებები, რომლებიც გამყარებულია უამრავი საერთაშორისო კონვენციით, დეკლარაციითა და ქარტიით. საკვლევი პრობლემის აქტუალურობა დაკავშირებულია, აგრეთვე, ტელემედიაში ასახულ ფასეულობათა გადაფასების პროცესების ანალიზთან. “დევალვაციის“პროცესს განიცდის რიგი საკვანძო კონცეფტი: სულ უფრო იშვიათად ისმის ტელე და რადიო – ეთერებიდან

სიტყვები – „სამშობლო“, „ეროვნული ინტერესები“, „სახელმწიფო ინტერესები“, „პატრიოტიზმი“, „სამშობლოსთვის თავდადება“ და ა.შ. ხომ არ ხდება „სამშობლოს“ ცნების თანდათანობითი მუტაცია და მისი ჩანაცვლება „სამოქალაქო საზოგადოებით“ და ა.შ?

ჩვენი კვლევის საგანს წარმოადგენს მასმედიის როლი ამ აქსიოლოგიურ ტრანსფორმაციაში. გლობალიზაცია წარმოადგენს ყოვლისმომცველ პროცესს, რომელიც ცვლის არა მხოლოდ კაცობრიობის მატერიალურ ფასეულობებს, არამედ გავლენას ახდენს მის სულიერ ღირებულებებზე, მსოფლხედვაზე, მენტალობასა და თვითმყოფადობაზე. გლობალიზაციის იდეის ექსპანსიაში დიდი როლს თამაშობენ უმსხვილესი მედიამაგნატები, ჰოლდინგები და რაც მთავარია, ისეთი უმძლავრესი იარაღი, როგორიცაა ინტერნეტი.

მასმედიას შეუძლია და ვალდებულიცაა ამ მხრივ უფრო მეტად ინფორმირებული გახადოს საზოგადოება. რამდენად ართმევს თავს თანამედროვე ქართული მასმედია ამ ამოცანებს, ესეც ჩვენი კვლევის ერთერთი უმთავრესი ამოცანაა.

სულ ახლახანს ჩვენ მოწმენი გავხდით ტელესივრცის არნახული ერთსულოვნებისა, როცა თითქმის ყველა ტელევიზიის განხილვის მთავარი თემა კორონაპანდემია გახდა – ეთერი იწყებოდა და მთავრდებოდა პანდემიის თემით. ამ კონტექსტში ალბათ სასურველი იქნება, რომ ტელევიზიებმა ასეთივე საოცარი ერთსულოვნება გამოიჩინონ და „დასნეულდნენ პატრიოტიზმის პანდემიით“, რაც იქნება კიდეც ჩვენი ერისა და მისი ღირებულებების გადარჩენის გარანტი გლობალიზაციის ეპოქაში.

2 ლიტერატურის მიმოხილვა

პრობლემასთან დაკავშირებული სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა, ერთი მხრივ, წარმოაჩენს პრობლემის კვლევის არსებულ მდგომარეობას, ხოლო, მეორე მხრივ – საშუალებას იძლევა დავინახოთ ის „თეთრი ლაქები", რომლებიც საკითხის შესწავლასთან არის დაკავშირებული. საკვლევი პრობლემის აქტუალობა, რომელიც დაკავშირებულია თანამედროვე სამყაროს ცხოვრების ყველა სფეროში მიმდინარე ტრანსფორმაციების ზეგავლენასთან მასობრივი კომუნიკაციის სფეროზე, განაპირობებს ჩვენს ინტერესს ისეთი საკითხების მიმართ, როგორებიცაა: გლობალიზაცია და საინფორმაციო საზოგადოება, ახალი საინფორმაციო ტექნოლოგიები და მათი ზეგავლენა მასმედიაში მიმდინარე პროცესებზე; „გლობალური სოფლის" შექმნით გამოწვეული ტრადიციული ოპოზიციის –„ცენტრალური" და „რეგიონალური" პრესის ოპოზიციის მოხსნა; ინფორმაციის გავრცელების დროითი და სივრცითი პარამეტრების ზეგავლენა მასმედიის განვითარებაზე, მედიაკომუნიკაციის ახალი საერთაშორისო სტანდარტების დამკვიდრება და სხვ.

საზოგადოების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, რომელიც გამოირჩევა აშკარად გამოხატული გლობალური მიზანდასახულობით, რადიკალურად შეიცვალა „ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების" ზეგავლენა საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესებზე, რამაც ასახვა ჰპოვა გლობალური საინფორმაციო საზოგადოების ოკინავის ქარტიაში. ეს უკანასკნელი 2000 წლის 22 ივლისს შეიქმნა და ფუნდამენტურ პრინციპად მიიჩნია დებულება, რომლის თანახმადაც: „ ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიები წარმოადგენს ერთერთ უნიშვნელოვანეს ფაქტორს, რომელიც XXI საუკუნის საზოგადოების ფორმირებაზე უდიდეს გავლენას ახდენს. განსხვავებით მატერიალური რესურსებიდან, ინფორმაციული რესურსები ამოუწურავია და მუდმივად იზრდება. ინფორმაციის სწრაფი და მდგრადი განვითარების შედეგად XX საუკუნის მეორე ნახევარში მივიღეთ ისეთი მოვლენა, როგორიცაა „ინფორმაციული აფეთქება", რომელიც აღნიშნავს სიტუაციას, როდესაც თანამედროვე სამყაროში მკვეთრად იზრდება ინფორმაციის მოცულობა და მისი მიმოქცევის სისწრაფე, მაგრამ უცვლელი რჩება მისი გადამუშავების ტემპი" (Okinawa Charter on Global Information Society. July 21, 2000:5) [1]

საზოგადოების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე თვალშისაცემია გლობალიზაციის ზეგავლენა საკომუნიკაციო პროცესებზე. ამ თვალსაზრისით საყურადღებოა ცნობილი ფინელი მეცნიერის ტ.რანტანენის პოზიცია, რომლის თანახმადაც მან მეცნიერები ორ ჯგუფად დაყო: პირველი კატეგორიის წარმომადგელები არ ცდილობენ გააცნობიერონ პირდაპირი კავშირი „მედიატექნოლოგიებსა“ და „გლობალიზაციას“ შორის, ხოლო მეორენი მას კულტურათშორისი კომუნიკაციის ჭრილში განიხილავენ. ტ. რანტანენი თვლის, რომ მედიატექნოლოგიებისა და კულტურული კვლევების ერთ ფოკუსში მოქცევა 1970-იანი წლების ბრიტანეთში მოხდა და დაუპირისპირდა ამერიკის შეერთებულ შტატებში მიმდინარე კვლევებს, რომლებიც ემპირიულ პარადიგმაზე იყვნენ ორიენტირებულნი (Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage. 2006. – P. 14-27). [2]

მედიატექნოლოგიების სფეროში ბრიტანელ მეცნიერთა კვლევები ძირითადად ფოკუსირებული იყო მასობრივი ინფორმაციის როლის შესწავლაზე გლობალიზაციის პირობებში, თუმცა თვით „გლობალიზაციის“ ცნება და მისი განსაზღვრება მათი ინტერესების სფეროში არ შედიოდა და, შესაბამისად განმარტებასაც არ მოითხოვდა. გერმანელი მეცნიერები ძირითად ყურადღებას უთმობდნენ ადამიანების ცნობიერებაზე მედიატექნოლოგიების ზეგავლენის საკითხს (Steger, M. B. Globalization: A very short introduction.Oxford: Oxford University. 2009. – P. 4-6). [3]

გლობალიზაციისა და საინფორმაციო საზოგადოების კორელაციის შესწავლა აქტუალური ხდება 1990-იანი წლების დასაწყისიდან, როდესაც აღნიშნულმა მოვლენამ კარდინალური მასშტაბები მიიღო და თანამედროვე საზოგადოებაზე ზეგავლენის მნიშვნელოვან წყაროდ იქცა. ამან გამოიწვია ის, რომ გლობალიზაციის პრობლემის შესწავლაში ჩაებნენ მეცნიერების სხვადასხვა სფეროს საუკეთესო წარმომადგენლები (მაგ., ჰიდენსი, პიერერსი, რობერტსონი, ვოტერსი და სხვ.), მაგრამ ჯერჯერობით მათი როლი გლობალიზაციის კატეგორიის თეორიულ გააზრებაში საკმაოდ მოკრძალებულია. ტ.რანტანენის აზრით, გლობალიზაციის თეორიული შესწავლის თვალსაზრისით, მედია- და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სფეროს წარმომადგენლების წვლილი საკითხის შესწავლაში გაცილებით მეტია, ვიდრე უშუალოდ სოციოლოგებისა და ანტროპოლოგების

(Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage. 2006. – P.14 -26). [4]

ტ.რანტანენი აღნიშნულ შრომაში მიზნად ისახავს განიხილოს ახალი მედიატექნოლოგიების ბუნება და მათი კავშირი გლობალიზაციასთან, ხოლო შემდეგ - ახალი მედიატექნოლოგიების ზეგავლენა კულტურათშორის კომუნიკაციაზე. ახალი მედიატექნოლოგიების „სიახლე“, მისი აზრით, მდგომარეობს მათ ახალ ფუნქციებში, რომლებიც საშუალებას აძლევენ ინდივიდებს, ერთნაირი წარმატებით მართონ ინფორმაციული სტრატეგიები ინტერპერსონალურსა და მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებში, ერთდროულად დაამყარონ კონტაქტი მრავალ ადამიანთან და ურთიერთობის პროცესში მოახდინონ ინფორმაციის ინდივიდუალიზირება. ახალი მედიატექნოლოგიები, ტ.რანტანენის აზრით, ხუთი ძირითადი ნიშნით ხასიათდება: ციფრულობით, კონვერგენტულობით, ინტერაქციულობით, ჰიპერტექსტულობით და ვირტუალობით :

„1. ციფრული ხასიათი საშუალებას იძლევა მედიატექსტის ინფორმაციის კონვერტაცია მოვახდინოთ და მათემატიკური ოპერაციების მთელი პოტენციალი გამოვიყენოთ. ახალი მედიატექნოლოგიები შესაძლებლობას იძლევა შეზღუდულ სივრცეში მოახდინოს ინფორმაციის უდიდესი მასივების ამოღება, გადამუშავება და შენახვა.

2. ახალი მედიატექნოლოგიები ერთ წერტილში თავს უყრის ინფორმაციის ფორმებსა და ფუნქციებს, გადაცემის არხებს, ელექტრონულ კომუნიკაციას და გამოთვლას, ანუ მონაცემთა დამუშავებას. ახალი მედიატექნოლოგიების კონვერგენტული ძალა, ავტორის აზრით, შესაძლებელია გლობალური ქსელის არსებობითა და სამრეწველო კონვერგენციით დადასტურდეს, რის შედეგადაც ხდება მსხვილი მედია-კომპანიების შერწყმა და მედიაინდუსტრიის პროდუქციისა და მომსახურეობის წარმატებული დანერგვა.

3. ახალი მედიატექნოლოგიების ინტერაქციული ფუნქცია, რომელიც აკავშირებს მომხმარებელს ინფორმაციული რესურსების განმანაწილებელ სისტემასთან, საშუალებას აძლევს პიროვნებას ამ ურთიერთქმედების პროცესში მონაწილეობა

მიიღოს თვით კონტენტის და მისი ფორმების შექმნასა და აღწარმოებაში. ახალი მედიატექნოლოგიების ინტერაქციული ხასიათი სხვადასხვა ქსელის ურთიერთქმედებასა და განსხვავებულ ოპერაციული სისტემებიდან ინფორმაციის ამოღებას ხელმისაწვდომს ხდის ფართო საზოგადოებისთვის, ხოლო ინფორმაციის თავისუფალი მართვა ახალ მედიატექნოლოგიებს უდიდეს მნიშვნელობას ანიჭებს კულტურათშორის კომუნიკაციაში.

4. ახალი მედიატექნოლოგიების ჰიპერტექსტურობამ გლობალური ქსელური ცენტრი წარმოშვა, რომელშიც ინფორმაცია მოძრაობს და ახალ კომბინაციებს ქმნის. ამ მოვლენამ ადამიანთა ცხოვრებისეული გამოცდილების ტრანსფორმაცია მოითხოვა: ეკონომიკური ურთიერთობების, კულტურული მოდელების, ურთიერთობის სტილისა და კულტურათშორისი კომუნიკაციის სფეროებში.

5. ახალი მედიატექნოლოგიების გამოყენების შედეგად ჩამოყალიბდა ახალი კიბერსივრცე, რაც საშუალებას იძლევა ვირტუალური გამოცდილებისა და რეალობის გენერირება მოვახდინოთ (Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage, 2006. – P.14 – 26).

როგორც აღვნიშნეთ, მასმედიის განვითარების განსაკუთრებულ ეტაპს წარმოადგენს გლობალიზაციის ეპოქა, რომელმაც ძირეულად შეცვალა მისი ტრადიციული გაგება. იმ საკითხთა შორის, რომელიც მასმედიისა და გლობალიზაციის პრობლემებს ეხება, უაღრესად მნიშვნელოვანია გლობალიზაციის პირობებში ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების სპეციფიკის გააზრება და მასკომუნიკაციის ახალი ნაირსახეობების ფუნქციონირების შედეგად მედიასივრცის ტრანსფორმაციის საკითხი, რომელმაც მედიასაშუალებების ფუნქციონირების ახალი ტრაექტორია წარმოქმნა.

მართალია, გლობალიზაციის განსაზღვრებისას მეცნიერები განსხვავებულ კრიტერიუმებს ეყრდნობიან და მის წარმოშობას სხვადასხვა ისტორიულ პერიოდებს უკავშირებენ (მაგალითად, იმპერიების არსებობის პერიოდებს, როდესაც იძულებითი ფორმით მიმდინარეობდა ინტეგრაციული პროცესები), მაგრამ ყველა აღიარებს, რომ ამგვარი ყოვლისმომცველი ფორმა ინტეგრაციულ პროცესებს არასდროს ჰქონია.

მასმედიისა და გლობალიზაციის ურთიერთდამოკიდებულებას მეცნიერები სხვადასხვა რაკურსში განიხილავენ. ერთერთი უმნიშვნელოვანესი ასპექტია მასკომუნიკაციის საშუალებებისა და თანამედროვე საზოგადოების განვითარების საკითხი, რომელიც გლობალიზაციის პროცესით არის განპირობებული. ასე, მაგალითად, ფ.ვებსტერი ინფორმაციული საზოგადოების თეორიებს მასმედიასთან კავშირში განიხილავს (Webster F. Theories of information society. NY Basic books, 2000). [5]

ე.გიდენსი იკვლევს , თუ რა გავლენას ახდენს გლობალიზაცია ჩვენს ცხოვრებაზე და მას "Runaway World-ს" (წარმავალ სამყაროს) უწოდებს (Runaway World. How Globalisation is Reshaping our Lives. Anthony Giddens,2004), [6] ხოლო ი.ვალერშტაინი „THE END OF THE WORLD AS WE KNOW IT" (Social Science for the Twenty-First Century University of Minnesota Press Minneapolis London,2014). [7]

მკვლევართა გარკვეული ჯგუფი გლობალიზაციაში სოციალური პროცესების ინტენსიფიკაციასა და დაჩქარებას გულისხმობს, როგორც მატერიალურ, ასევე ადამიანური ცნობიერების სუბიექტურ და საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა დონეზე, ზოგადად კაცობრიობის, ცალკეული ერების, კონკრეტული ინდუსტრიისა და ორგაზაციის და ცალკეული ინდივიდის ჩათვლით. (Castells, M. Materials for an exploratory theory of the network society. British Journal of Sociology, 51(1), 2000. – P.5-24. Waters, M. Globalization. – London: Routledge. 1995. – 337p. 143) [8]

გლობალიზაციის დიდი შესაძლებლობები, რომლის პოტენციალი ახალი მედიატექნოლოგიების მეშვეობით მნიშვნელოვნად გაიზარდა, კარგად წარმოჩნდება მის დინამიკურ, ურთიერთდაკავშირებულ, ჰიბრიდულ ატრიბუტიკაში.

როგორც ამერიკელი მეცნიერი გ.გუფთა მიიჩნევს, გლობალიზაცია წარმოადგენს დიალექტიკურ დინამიკურ პროცესს, რომელიც კულტურული იდენტობისა და კულტურული მრავალფეროვნების, ლოკალიზაციისა და უნივერსალიზაციის ტენდენციების დაპირისპირებასა და ბრძოლას ასახავს. მას ყოვლისმომცველი ხასიათი აქვს და, ავტორის აზრით, ჰაერივით თავისუფლად

გადაადგილდება, რაც განაპირობებს იმას, რომ იჭრება საზოგადოების არსებობის ყველა სფეროში და ზემოქმედებას ახდენს, თუ როგორ ვცხოვრობთ, ვფიქრობთ და ვმოქმედებთ. გ.გუფთა თვლის, რომ გლობალიზაცია ქმნის „ჰიბრიდულ კულტურულ სახელმწიფოს“, რომელიც ახალი მედიატექნოლოგიების მეშვეობით შესაძლებელს ხდის დაჩქარებულ კულტურულ ტრანსმისიას და ამსხვრევს საზღვრებს. გლობალიზაციისა და ახალი მედიატექნოლოგიების ინტეგრაციის საფუძველზე დაყრდნობით ა.გუფთა ხუთ ეფექტს გამოყოფს :

1. ტრანსფორმირებად სამყაროს, დროისა და სივრცის შეკუმშვას;
2. საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა ასპექტების მჭიდრო ურთიერთქმედებას;
3. ქსელური რესურსების გლობალური თავსებადობას;
4. დაჩქარებული ლოკალურ/გლობალური კონკურენციას;
5. თანამშრომლობას (Gupta, A. K., Govindarajan, V. Guest for global dominance: Building global presence. Retrieved from http//www.bmgt.umd.edu/cib/ wplist.htm/Hall, E. T. Beyond culture. – New York, NY: Doubleday. 1976. – P.78-90). [9]

ახალი მედიატექნოლოგიები არა მარტო ინფორმაციის შინაარსზე, არამედ ინდივიდების მიერ მის აღქმაზე და მათ ურთიერთგაგებაზე ზემოქმედებენ , განსაკუთრებით განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლებზე (Chen. G. M. A model of global communication competence. – China Media Research, 2005. –P. 1, 3-11). [10]

ახალი მედიატექნოლოგიებისა და გლობალიზაციის კონვერგენციის შედეგად წარმოიქმნა სამყაროს განსხვავებული ხედვა, ახალი თემები, ინფორმაციის ადრესანტისა და ადრესატის ურთიერთობის ახლებური პრინციპები, წარმოების ორგანიზაციის ახალი ფორმები და სხ., რამაც გავლენა მოახდინა სოციალური და კულტურული იდენტობის ახლებურ გააზრებაზე.

ახალი მედიატექნოლოგიების განვითარების შედეგად განხორციელდა დროისა და სივრცის კონდენსაცია და ახალი მედიატექნოლოგიებისა და გლობალიზაციის კონვერგენცია, რის შედეგადაც შეიქმნა ახალი კიბერსივრცე, რომლის შიგნითაც კულტურული იდენტობა ვირტუალურ გარემოში აღიქმება. (Qian, H., & Scott, C. R. Anonymity and selfdisclosure on weblogs. Journal of

Computer-Mediated Communication, 12(4), 2007. – P.1428-1451; Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage. 2006. – P. 34 -45). [11]

კულტურათშორისი კომუნიკაციისა და მედიატექნოლოგიების კვლევა, როგორც ცნობილია, სამი მიმართულებით წარიმართა:

1) ნაციონალურ/ეთნიკური კულტურების გავლენა ახალ მედიატექნოლოგიებზე;

2) ახალ მედიატექნოლოგიების გავლენა კულტურულ/სოციალურ იდენტობაზე;

3) ახალი მედიატექნოლოგიების გავლენა (განსაკუთრებით სოციალური ქსელების), კულტურათშორისი კომუნიკაციის სხვადასხვა ასპექტზე (კულტურათშორის ურთიერთობაზე, კულტურათშორის ადაპტაციაზე, კულტურათშორის კონფლიქტებზე და სხვ.) (Chen, G. M., & Zhang, K. New media and cultural identity in the global society. In R. Taiwo(Ed.), Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction. Hershey, PA: Idea Group Inc. 2010. – P.801-815. [12]

ახალმა მედიატექნოლოგიებმა, განსაკუთრებით სოციალურმა ქსელებმა, როგორიცაა Facebook, Twitter, YouTube შესაძლებლობა მისცა ადამიანებს მოეხდინათ თვითპრეზენტაცია და კიბერსივრცეში დამკვიდრება. ამასთანავე, კულტურათშორისი ურთიერთობის მეშვეობით სოციალურ ქსელებს შეუძლიათ საერთაშორისო საქმიანი კონტაქტების დამყარება.

ბუნებრივია, ახალი მედიატექნოლოგიებს გარკვეული ხარვეზებიც გააჩნიათ. ასე, მაგალითად, კიანმა და სკოტმა დაადგინეს, რომ პირადული და განსაკუთრებით, ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელება მეგობრებზე, დამსაქმებელზე და კოლეგებზე ძალზე ცუდად აისახება კონსტრუქციულ ურთიერთობებზე (Qian, H., & Scott, C. R. Anonymity and selfdisclosure on weblogs. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 2007. – P.1428-1451.)

როგორც მეცნიერები აღნიშნავენ, კომპიუტერულმა კომუნიკაციამ შეიძლება ვირტუალური კოსმოპოლიტიზმი წარმოშვას და ხელი შეუწყოს ვირტუალური მესამე კულტურის ჩამოყალიბებას. მათ დაადგინეს, რომ ვირტუალური მესამე კულტურის

შექმნით ყალიბდება ახალი ჰიბრიდული კულტურა, რომლის წარმომადგენლებსაც შეუძლიათ თავი მოუყარონ კულტურულ და სოციალურ ინფორმაციას, შექმნან ინტერნეტ გაერთიანებები და დაამყარონ კულტურათშორისი ურთიერთობები (Qian, H., & Scott, P.1428-).

ახალი მედიატექნოლოგიები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ კულტურული ადაპტაციის თვალსაზრისით. როგორც გ.ჩენი აღნიშნავს, ახალი მედიატექნოლოგიების გამოყენება მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ემიგრანტების კულტურული ადაპტაციის პროცესზე და თავისებურ ტესტს წარმოადგენს მათი განსხვავებულ სოციოკულტურულ გარემოში ადაპტაციის უნარის შესახებ (Chen, G. M., & Zhang, K,801). [13]

პრესისა და ძალაუფლების ოპოზიცია ორგვარ გაგებას მოიცავს: პრესის დამოკიდებულებას ხელისუფლებასთან და პრესის უნარს, ზეგავლენა მოახდინოს მიზნობრივ აუდიტორიაზე. პირველი მიმართულების ნაშრომებში გლობალიზაციის პრობლემასთაან დაკავშირებით დიდი ყურადღება ექცევა მასმედიის, საზოგადოებისა და ხელისუფლების დამოკიდებულებას იდეოლოგიის პრობლემისადმი. ამ მხრივ საინტერესოა დ.კროტოსა ვ .ჰოინესის ნაშრომი „ Media and Ideology". Media/Society: Industries, Images, and Audience. London: Pine Press, 2000), [13] რომელშიც ავტორი კომპლექსურად განიხილავს გლობალიზაციის იდეების ხელშემწყობი ფაქტორების გამოვლენის მექანიზმებს და მათი პრაქტიკული რეალიზაციის სტრატეგიებს მედიასაშუალებების დახმარებით.

იდეოლოგიისა და კულტურული იდენტობის შენარჩუნებას ეხება ჟ.ლარენის ნაშრომი : (Larrain J. Ideology and Cultural Identity: Modernity and the Third World Presence. London: Polity Press, 1994), [14] რომელშიც ის თანამედროვეობის ერთერთ ნიშნად და ეროვნული თვითმყოფადობის ძირითად საფრთხედ მესამე (გლობალური) სამყაროს არსებობას მიიჩნევს.

იდეოლოგიის ფაქტორის მნიშვნელობას განიხილავს აგრეთვე ჯ.ტომპსონი (Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge, UK: Polity Press, 1994), [15] რომელიც თანამედროვე კულტურისა და იდეოლოგიის მიმართებას

გლობალიზაციის პროცებს უკავშირებს და მიიჩნევს, რომ შეიცვალა ინტერაქციული გარემო და საკომუნიკაციო წრის კომპონენტების კონფიგურაცია (Thompson J. B).

ახალი ამბების ზეგავლენას საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე განიხილავს მ.შადსონი, რომელიც თვლის, რომ ახალი ტექნოლოგიების პირობებში საკმაოდ რთული ხდება პრესის თავისუფლებასა და ადამიანის უფლებებს შორის ზღვრის გავლება (Schudson M. The Power of News. Cambridge, ma: Harvard University Press, 1995.). [16]მის პოზიციას თავისებურად ეხმიანება კ.ტესტერის ნაშრომი, რომელშიც მედიის ზეგავლენა იმდენად სახიფათოა, რომ უნდა კულტურისა და მორალის პრინციპებით რეგულირდებოდეს (Tester K. Media, Culture and Morality. London: Routledge, 1994). [17]

გლობალიზირებულ სამყაროში მედიის ახლებურ ინტერპრეტაციას ეძღვნება მარშალ მაკლუენის ნაშრომები McLuhan M. Media is a message. Toronto, London: 1967 , [18] McLuhan M. Understanding Media. The Extansions of Man. Mass.: The mit Press, 1994 [19] და War and Peace in the Global Village. — N.Y.: Bantam, 1968., [20] რომლებშიც სრულიად ახლებურადაა გააზრებული მასობრივი კომუნიკაციის ელექტრონული საშუალებების ზეგავლენა თანამედროვე საზოგადოებაზე. მნიშვნელოვანია მისი მოსაზრებები „გლობალურ სოფელში“ მიმდინარე პროცესებთან დაკავშირებით. ნაშრომში ის ავითარებს მოსაზრებას ახალი ტექნოლოგიების უნარზე, შეცვალოს ადამიანის მიერ გარემოს სენსორული აღქმა და, შესაბამისად, მისი თვითაღქმა.

წინამდებარე ნაშრომისთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს მასმედიის ენისა და ახალი საინფორმაციო გარემოს ურთიერთდამოკიდებულების საკითხს გლობალიზაციის ეპოქაში. ამ თვალსაზრისით საინტერესოა ჰ.დევისისა და პ.უოლტონის ნაშრომი, რომელშიც ავტორები განიხილავენ ენის, იმიჯისა და მედიის ურთიერთდამოკიდებულებას. ნაშრომში განხილულია ენობრივი სტრატეგიები, რომლებიც განსაკუთრებულ როლს თამაშობენ ზემოქმედებით მედიადისკურსში. (Davis H., Walton P. (eds.) Language, Image, Media. London: Sage Publications, 1983.). [21]

მთელი რიგი ნაშრომებისა დაკავშირებულია სოციო-პოლიტიკური სისტემების ტრანსფორმაციისა და საინფორმაციო სივრცის სტრუქტურირების პრობლემასთან, რასაც უშუალო კავშირი აქვს ჩვენს საკვლევ პრობლემატიკასთან.

წინამდებარე ნაშრომისთვის ძალზე მნიშვნელოვანია შრომები, რომლებიც ინფორმაციულ რევოლუციასა და მედიატექნოლოგიების თვისობრივ-ფაქტურულ ევოლუციას ეხება, რომლის შედეგადაც წარმოიშვა მედიასაშუალებების ახალი ტიპები და ახალი საკომუნიკაციო გარემო.

გლობალიზაციის პროცესებმა, რომლებიც ახალ კომუნიკაციურ პარადიგმასა და ახალ ტექნოლოგიებს ემყარება, საინფორმაციო სივრცის ახლებური სტრუქტურირება მოითხოვეს. სრულად შეიცვალა ისეთი ტრადიციული კატეგორიების შინაარსი, როგორიცაა რეგიონული და ცენტრალური მედია, ადგილობრივი პრესა და ა.შ. წარმოიქმნა გლობალური საინფორმაციო სივრცე, რომლის ძირითადი მიმართულებაა ტრადიციული საზღვრების მოშლა. ამ კუთხით საინტერესოა დ.ნგუვენისა და ჯ.ალექსანდერის ნაშრომი, რომელშიც ავტორები მკითხველს ამცნობენ ინფორმაციის სამყაროში კიბერსივრცის დამკვიდრებასა და სახალმწიფო საზღვრების წაშლას

საქართველოს ჩართვა გლობალიზაციის პროცესებში, ბუნებრივია, მხოლოდ საბჭოთა კავშირის დემონტაჟის შემდეგ გახდა შესაძლებელი. ქვეყნის მიერ დამოუკიდებლობის მოპოვება ავტომატურად არ განაპირობებდა აღნიშნულ პროცესებში ორგანულ ჩართვას, ვინაიდან, სამწუხაროდ, არ იყო ჩამოყალიბებული ე.წ. „ინფორმაციული კულტურა“. საბჭოთა კავშირის პირობებში, როდესაც მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებზე ხორციელდებოდა მკაცრი მეურვეობა, არსებობდა პოლიტიური ცენზურა და თვით თემატიკაც კი კონტროლდებოდა, ბუნებრივია, საუბარი პრესის თავისუფლებაზე საკმაოდ სარისკოც კი იყო. ფაქტობრივად, არ არსებობდა ცოცხალი სიტყვა. თვით ტელეგადაცემების სცენარიც კი მკაცრად იყო წინასწარ გაწერილი და ყველამ იცოდა თავისი ტექსტი, რომლისგან გადახვევაც შეიძლებოდა საკმაოდ სერიოზული შედეგებითაც დასრულებულიყო მთელი კოლექტივისთვისაც. ახალმა პოლიტიკურმა რეალობამ მეორე უკიდურესობა წარმოშვა. თუ ადრე მედიაში განსახილველი თემატიკა მკაცრად კონტროლდებოდა, ახალ ვითარებაში გაჩნდა სრული ინფორმაციული

განუკითხაობა, როდესაც ყოველგვარი ცენზურისა და კონტროლის გარეშე მედიასფეროში ფუნქციონირებდა ინფორმაცია, რომლის ავტორებიც წერდნენ ნებისმიერ თემაზე და თავს არ იწუხებდნენ არც ეთიკურ, არც მორალურ და არც ენობრივ მხარეზე. ქაოსს ინფორმაციის სფეროში ხელი შეუწყო მედიასაშუალებების მფლობელობის საკითხის წარმოქმნამ, როდესაც პრესა და ტელევიზია აღარ ემორჩილებიან სახელმწიფო დიქტატს და უკვე კერძო მფლობელების განკარგულებაში გადადიან და მათი ინტერესებიდან გამომდინარე განაგრძობენ ფუნქციონირებას. შესაბამისად, შეიცვალა მედიასფეროს შინაარსობრივი მხარეც, რომელიც ხშირ შემთხვევაში საზოგადოებრივ დაკვეთას კი არ ეხმიანებოდა, არამედ ვიწრო, პიროვნულ ან პოლიტიკურ ინტერსებს გამოხატავდა. ახალმა ვითარებამ მასმედიის ფუნქციების ახლებური გააზრება მოითხოვა, ვინაიდან საქართველოში თანდათან მკვიდრდება ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიები. თუ ადრე პრობლემას წარმოადგენდა ინფორმაციაზე წვდომა, რომლის მოპოვებასაც მრავალი ადამიანი შეეწირა საბჭოთა პერიოდში, ახლა პრობლემად ინფორმაციის კოლოსალურ ნაკადებში ორიენტაცია იქცა. საყურადღებოა, რომ ინფორმაციულმა ქაოსმა განაპირობა ისეთი სამეცნიერო დისციპლინის წარმოშობა, როგორიცაა ინფორმატიკა. ინფორმაციული ნაკადების სიჭარბემ და მათმა უკონტროლოდ გავრცელებამ წარმოშვა მედიაეთიკისა და ინფორმაციული უსაფრთხოების პრობლემები. ამ უკანასკნელის აქტუალობა განსაკუთრებით წარმოჩნდა რუსეთთან საინფორმაციო ომის პირობებში, როდესაც ჯერ კიდევ არ იყო ჩამოყალიბებული შესაბამისი მასკომუნიკაციური სტრატეგიები. საინტერსო მოსაზრება უსაფრთხოების სექტორისა და საპარლამენტო სექტორის ურთიერთდამოკიდებულებასთან დაკავშირებით მოჰყავს ლაურა კუტუბიძეს ნაშრომში „ 2000-2005 წლების ქართული პრესის ძირითადი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ასპექტები“:

“იმ ქვეყნებში, სადაც მედია დამოკიდებულია სამთავრობო ინსტიტუტებზე, იგი გაცილებით უფრო ხშირად ხდება მმართველთა პროპაგანდისტული მიზნების მსხვერპლი. ამგვარ ვითარებაში მედია არ წარმოადგენს უსაფრთხოების სექტორზე დემოკრატიული კონტროლის და გამჭვირვალობის უზრუნველმყოფ ერთ-ერთ ინსტრუმენტს.” (ციტ. კუტუბიძე)

ავტორი საკმაოდ საინტერესოდ განიხილავს ისეთ საკითხებს, როგორიცაა: ახალი ათასწლეულის ქართული მედიის ზოგადი შტრიხები; სახელმწიფო ქართული პრესის პრიზმაში; დესტაბილიზაციის "საინფორმაციო უზრუნველყოფა"; სახელისუფლო ბრძოლები, პრესის ძირითადი ასპექტი და სხვა, რითაც გარკვეულ წარმოდგენას გვიქმნის იმ წლების ატმოსფეროზე (ციტ. კუტუბიძე) ;

აღნიშნული ეპოქის ინფორმაციული პოლიტიკის გააზრებისთვის საინტერესოა ბექა ჭედიას ნაშრომი „მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში", [22] რომელშიც განხილულია მასმედიის გავლენა ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებზე. ბექა ჭედია მასმედიას განიხილავს, როგორც პოლიტიკურ ინსტიტუტს და სხვადასხვა ქვეყნებში ამ სფეროში მიმდინარე პროცესებს ადარებს. მისი აზრით, მასკომუნიკაციის როლს ტრანსფორმირებად ქვეყნებში განსაზღვრავს არა პოლიტიკური სისტემის ტიპი, არამედ ეკონომიკური, სოციალური თუ კულტურული სისტემები. ავტორი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს ტელევიზიის ფაქტორს, რომელიც პრესისგან განსხვავებით მეტად ხელმისაწვდომია ხელმოკლე მოქალაქეებისთვის (რომელთა რაოდენობაც ქვეყანაში საკმაოდ დიდია). ავტორი ასევე ყურადღებას ამახვილებს პოლიტიკური თემატიკის დომინირებაზე მედიასფეროში და საბჭოთა პერიოდიდან მემკვიდრეობით მიღებულ აგიტაციურ-პროპაგადისტულ ხერხებზე. ასევე ყურადღება მახვილდება ხელისუფლებისა და ოპოზიციის განსხვავებულ ინტენციებზე მედიასთან მიმართებაში. პირველი ცდილობს, ბ.ჭედიას აზრით, ლეგიტიმურობის დონის შენარჩუნებას, ოპოზიცია კი, პირიქით (ბ.ჭედიას,141). ავტორი ასკვნის, რომ საქართველოში მედია წარმოადგენს პოლიტიკური ბრძოლის იარაღს და ვერ ჩამოყალიბდა ოპოზიციის მოკავშირედ.

საკვლევი საგნის ფუნქციური ანალიზის მიზნით ასევე გავიხილოთ თანამედროვეობის ამ შედარებით ახალი გამოწვევის - გლობალიზაციის თემაზე შექმნილი რამოდენიმე ნაშრომი.

თამარ წულაია ნაშრომში „გლობალიზაცია — „პრობლემა" თანამედროვემსოფლიოში" ახდენს გლობალიზაციის დივერსიფიცირებას 4 სახეობის მიხედვით, კერძოდ: პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული გლობალიზაცია, რაც დაკავშირებულია კაცობრიობის ისტორიაში არნახულ ინტეგრაციულ პროცესებთან.

ავტორი განიხილავს გლობალიზაციიდან მომდინარე საფრთხეებს, როგორც ფუნდამენტალურ პარადიგმას, რომელიც წინააღმდეგობაში მოდის ეროვნული სახელმწიფოების ნაციონალურ ინტერესებთან. კერძოდ, მისი აზრით, კულტურული გლობალიზაცია ემუქრება ეროვნული, რელიგიური, კულტურული იდენტობის ნიშნების მოშლასა და ერთგვაროვანი, ამორფული კულტურის ჩამოყალიბებას, ამ პროცესში კი ჰეგემონის როლს ასრულებენ მსოფლიოს ძლიერი მეტროპოლიები და დასავლეთის ძლიერი სახელმწიფოები.

ფუნქციური ანალიზისას ბალანსის დასაცავად გლობალიზაციაზე, როგორ შეუქცევად პროცესზე, რომელსაც, ისე როგორც ნებისმიერ მედალს, იანუსივით ორი ანტაგონისტური ვექტორი გააჩნია, საგულისხმოა ვასილ ჩხუტიაშვილის ნაშრომი „გლობალიცაზია - დადებითი ასპექტები და საფრთხეები", რომელიც ქმნის ბაზას გლობალიზაციის მრავასახეობის გააზრებისთვის, ახდენს იზოლაციონიზმისა თუ ინტერვენციონიზმის პრეზენტაციას, რაც აუცილებელია გლობალიზაციასთან დაკავშირებული ერთგვარი დუალიზმის დასაძლევად: როგორც მისგან მომდინარე საფრთხეების თავიდან ასარიდებლად, ასევე მისი სიკეთეებით მაქსიმალურად სარგებლობისთვის. ავტორის აზრით, გლობალურ საზოგადოებაში არსებობს აზრთა სახვადასხვაობა გლობალიზაციის შეუქცევად პროცესთან დაკავშირებით, რის გამოც გამოკვეთილია ორი მიმართულება: გლობალისტებისა და ანტიგლობალისტებისა. პირველი მიმართულება გლობალიზაციის სიკეთებს იყენებს არგუმენტად, კერძოდ,ეკონომიკისა და მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის სფეროში, მეორე კი - გლობალიზაციას ისეთ საფრთხედ ხატავს, რომელიც შთანთქმით ემუქრება საქართველოს მსგავს პატარა ქვეყნებს. ავტორისვე აზრით, გლობალიზაცია გარდაუვალია, როცა საქმე ეხება ეკონომიკის განვითარებასა და ინვესტიციების მიმოქცევას. და თუკი ქვეყანა მიილტვის ეკონომიკური საძირკვლების გაძლიერებესკენ, იზოლაციონიზმი დამღუპველი შეიძლება გახდეს. ეკონომიკის განვითარება ხომ ბუნებრივად მოითხოვს ფინანსური, მატერიალური თუ შრომითი რესურსების წრებრუნვას.

თუმცა გლობალიზაციის ოპონენტები საფრთხეებს ხედავენ ქვეყნის სუვერენიტეტის თვალსაზრისით, რადგან გლობალიზაციის პროცესს თან ახლავს საზღვრების გამარტივება, ეროვნული კანონმდებლობებისა და ინტერესების შესაბამისობა ინტეგრაციის მოთხოვნებთან.

ნაშრომში შევეხებით გლობალიზაციის ეპოქაში მედიასაშუალებების მიერ გამოყენებული ხრიკები, მათ შორის ნეიროლინგვისტური პროგრამირება, რომელსაც აქტიურად იყენებენ მედიასაშუალებები, უმეტესწილად, ვიწრო, მერკანტილური მიზნების მისაღწევად. მარკეტინგული გათვლებით შერჩეული სამიზნე სეგმენტი განსაკუთრებულად მოწყვლადი აუდიტორიაა, რომელიც სენსიტიურობას იჩენს მედიის მიერ წარმოებული წერტილოვანი დარტყმების მიმართ, ნეიროლინგვისტური პროგრამირება კი ხშირად არაკეთილსინდისიერი მედიასშუალების ხელში ვერ ცდება სწორედ მერკანტილურ ინტერესებს, რაც შეიძლება ნაკარნახევი იყო პოლიტიკური კონიუქტურისადმი მორჩილებით.

მკვლევარი მანანა ჯორჯიაშვილი, ნაშრომში „ნეიროლინგვისტური პროგრამირება (ნლპ) — მითი, თუ რეალობა“ – განიხილავს ამ გზას, როგორც გარკვეული მიზნის მიღწევის ფსიქოლოგიურ მეთოდს.

ნლპ მეთოდს აქტიურად იყენებენ ტელევიზიები, როცა მაუწყებლობის დროს მათ საეთერო სივრცეს, განსაკუთრებით ნიუსრუმის ცენტრალურ სიუჟეტებს ავსებს ნეგატიური ინფორმაციები, რაც გათვლილია იმაზე, საზოგადოების ქვეცნობიერ შრეებში დატოვოს განცდა, რომ ყველაფერი არის ძალიან ცუდად, ეს კი შემდგომ ქვეტექსტსაც გულისხმობს: აუცილებელია რადიკალური ცვლილებები. ერთი შეხედვით ისეთი უწყინარ ფაქტიც კი, რომ ვიღაცას ძაღლმა უკბინა, შეიძლება გამოყენებულ იქნეს, როგორც ნლპ-ს მეთოდი. ამ ხერხს გამუდმებით იყენებენ რომელიმე პოლიტიკურ ძალასთან აფილირებული, ანგაჟირებული ტელევიზიები.

ჩემთვის, როგორც მედიამკვლევარისთვის საინტერესოა გლობალიზაცია, როგორც თანამედროვეობის ეს უდიდესი გამოწვევა და ქართული ტელემედიის ადექვატურობა მასთან მიმართებით. კერძოდ, რამდენად ახდენს ქართული ტელემედია ხსენებული კონტენტზე რეაგირებას, აწვდის თუ არა მასზე სრულფასოვან ინფორმაციას აუდიტორიას, ეხმარება თუ არა საზოგადოებას გლობალიზაციის რთულ ეპოქაში სწორ ორიენტირებასა და ლავირებაში, ხელს უწყობს თუ არა ეროვნული იდენტობის ტოტალიზაციაც, რამდენადაა იგი დაზღვეული პოლიტიკური კონიუქტურის დიქტატისგან, თუ ქცეულია პოლიტიკური ბრძოლის იარაღად, რამდენადაა იგი სტერილური ცრუ ინფორმაციების გავრცელების თვალსაზრისით თუ პირიქით – ახდენს ფეიკნიუსების ტირაჟირებას.

აღნიშნული საკითხების ლუსტრაციისთვის ასევე გამოვიყენე მედიის კვლევის ფარგლებში „რადიო თავისუფლების“, პორტალების – „მედიაჩეკერისა“/https://www.mediachecker.ge/ და „ფაქტჩეკის“ /https://factcheck.ge/ მასალები.

განხილული ლიტერატურის საფუძველზე შეიძლება მოკლედ ჩამოვაყალიბოთ დასკვნა:

1. საზოგადოების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე თვალშისაცემია გლობალიზაციისა და „ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების“ ზეგავლენა საზოგადოებაში მიმდინარე პროცესებზე, რამაც ასახვა ჰპოვა გლობალური საინფორმაციო საზოგადოების ოკინავის ქარტიაში და განსაზღვრა დარგის შემდგომი განვითარების ვექტორი;
2. მასმედიისა და გლობალიზაციის ურთიერთდამოკიდებულებას მეცნიერები სხვადასხვა რაკურსში განიხილავენ (ინფორმაციულ საზოგადოების თეორიების მასმედიასთან კავშირში, მასკომუნიკაციის საშუალებებისა და თანამედროვე საზოგადოების განვითარების საკითხთან მიმართებაში, რომელიც გლობალიზაციის პროცესით არის განპირობებული, ტრადიციული და ახალი მედიის ურთიერთდამოკიდებულებასთან კავშირში, გლობალურ საინფორმაციო სივრცისა და ახალი სახის მედიალანდშაფტის ჩამოყალიბების პლანში, რაც საშუალებას გვაძლევს საკვლევი მოვლენა ფართო პლანში დავინახოთ;
3. გლობალიზაციის შედეგად წარმოქმნილ „გლობალურ სოფელში“ ტერმინმა “რეგიონალური“ ახალი შინაარსი ჰპოვა და მსხვილი რეგიონალური გაერთიანების მნიშვნელობა შეიძინა; იგი აერთიანებს არა ერთი ქვეყნის სტრუქტურაში შემავალ ტერიტორიებს, არამედ ერთ საინფორმაციო ბლოკში შემავალ მრავალ ქვეყანას.
4. ქვეყნის შიგნით არსებულმა ცენტრისა და პერიფერის ტრადიციულმა ოპოზიციამ ახლებური შინაარსი შეიძინა, ვინაიდან შეიცვალა როგორც

მედიაკომუნიკაციის ტექნოლოგიური შესაძლებლობები, ასევე სფეროს წარმომადგენელთა სოციალური როლები.

5. ბოლო წლების განმავლობაში საქართველოს ბეჭდური მედიის ერთ-ერთ პრობლემად იქცა მკითხველთა ინტერესის შესამჩნევი განელება საგაზეთო ჟურნალისტიკის მიმართ და ონლაინ მედიაზე გადასვლა, რამაც მნიშვნელოვნად შეამცირა გაზეთებისა და ჟურნალების ტირაჟები მიმოქცევის ვარდნა. ამან გამომცემლებისა და ჟურნალისტების წინაშე საკმაოდ სერიოზულად დააყენა კონვერგენტულ ჟურნალისტიკაზე გადასვლის ამოცანა.

6. გარდამავალ პერიოდში წარმოიქმნა მრავალი პრობლემა, რომელთაც ზოგადი ან (ტრადიციული ბეჭდური მედიის კრიზისი და ელექტრონულ ფორმაზე გადასვლის ტენდენცია, რაც სხვადასხვა ქვეყნის მაგალითებით დასტურდება), სპეციფიკური ხასიათი აქვთ. (ქართული და პოსტსაბჭოთა ქვეყნების რეგიონალური პრესის არაავტონომიური ხასიათი და სახელისუფლო და ფინანსურ ელიტაზე დამოკიდებულება).

დასასრულს უნდა მოვიყვანოთ მოსაზრება, რომელიც გარკვეულად ეხმიანება ჩვენს პოზიციას: „გლობალიზაციის პირობებში პრესის თავისუფლება ლოკალურ დონეზე მაშინ მიიღწევა, როდესაც შესაძლებელი ხდება შენს გაზეთში აკრიტიკო შენი გაზეთი, შენს ტელემაუწყებლობაში - შენი არხი... გლობალიზაცია ჩვენგან მოითხოვს ყოველდღიურ ბრძოლას ციფრულ მომავალში ჰუმანისტურ ღირებულებათა მხარდასაჭერად"(მ. ვეკუა; ჟილ რუე).

3 ინფორმაციის გავრცელების ტრანსფორმაცია

„პირველითგან იყო სიტყვა და სიტყვაი იგი იყო ღმრთისა თანა და ღმერთი იყო სიტყვაი იგი“– ასე იწყება წმიდა წერილი, რითაც გვაუწყებს, თუ რაოდენ დიდი დატვირთვის მქონეა სიტყვა ღმრთისა, რომელიც დაუსაბამოდ და მარადიულად იშვება მამა ღმერთისგან და არის სუბსტანციის, ანუ არსის მქონე.

ეს კიდევ უფრო მეტ პასუხისმგებლობას აკისრებს ადამიანებს, რომლებსაც პროფესიად სიტყვის მსახურება, ანუ ჟურნალისტიკა აურჩევიათ.

სიტყვა, რომელიც უნდა მიაწოდო აუდიტორიას, როგორც მედიის მსახურმა – როგორი უნდა იყოს იგი?

ალბათ პირველი, რა ასოციაციაც გვიჩნდება მედიისადმი წაყენებული მოთხოვნების კონტექსტში არის ის, რომ მის მიერ აუდიტორიისადმი მიწოდებული „სიტყვა“ იყოს მართალი, მართლის მსახური, ობიექტური, მიკერძოებისაგან, ტენდენციურობისგან, სუბიექტური ფაქტორების მავნე ზეგავლენისგან მაქსიმალურად თავისუფალი, რაზედაც დიდ გავლენას ახდენს ეპოქა და გარემო.

კაცობრიობის ისტორიის ყველა ეტაპი საინტერესო და მრავაფეროვანია თავისი ინდივიდუალური თავისებურებებით. იცვლებოდა ეპოქები, ტრანსფორმირდებოდა ადამიანი და შესაბამისად, იცვლებოდა ამ ეპოქათა დამახასიათებელი ნიშან–თვისებები.

სულ სხვა იყო ბიბლიური ადამიანი და სულ სხვაა დღევანდელი. თუკი ბიბლიურ ხანაში მუსიკალური ინსტრუმენტების გამოგონება ითვლებოდა სენსაციად, რომელიც, სხვათაშორის, კაენის შთამომავლებს ეკუთვნის, კოსმოსის დამპყრობელი დღევანდელი ადამიანის გონების გაკვირვებაა რცთუ ადვილია. ამ გადასახედიდან კი მეტად საინტერესო და სენსაციურია ჩვენი დროება – ინტერნეტის, მობილური ტელეფონების, დედამიწის გიგანტური თანამგზავრებისა და უმცირესი ნანო–ტექნოლოგიების ეპოქა.

თავი რომ დავანებოთ მეცნიერულ–ტექნიკური პროგრესის განვითარებას, რა მთავარი ნიშნით შეიძლება დავახასიათოთ ჩვენი დროება? – ესაა გლობალური კომუნიკაციების უკიდურესი განვითარება, რაც თავისთავად მეცნიერულ–ტექნიკური პროგრესის მოტანილია.

არცთუ დიდი ასაკის ვარ, მაგრამ ჩემს ბავშვობაში ყველაზე უფრო თამამ ოცნებებშიც კი ვერ წარმოვიდგენდი, რომ შეიძლებოდა ტელეფონზე მესაუბრა და ამ დროს თანამოსაუბრე ვიზუალურადაც დამენახა, ასევე პირდაპირი ეთერით

გადამეცა მოვლენები ერთი, ხელისგულის ზომის ტელეფონის მეშვეობით, მაშინ როცა სულ რაღაც ათიოდე წლის წინ პირდაპირი ეთერით ტრანსლირებისთვის საჭირო იყო ობიექტზე უზარმაზარი კონტეინერებით გადასაზიდი ტექნიკის მობილიზება.

მახსოვს, მობილური ტელეფონები ახალი გამოგონებული იყო, როცა ჩემმა ერთმა ნაცნობმა მითხრა: „მობილურის გამომგონებელს ნობელის პრემია ეკუთვნის. აქამდე ლეჩხუმში მყოფ მოხუც მამას ვერაფრით ვუკავშირდებოდი, ახლა კი თბილისშივე ვუვსებ ანგარიშს და მასთან ყოველდღიური კომუნიკაცია მაქვსო". ამდენად, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის განვითარება, დიდ საფრთხეებთან ერთად, კაცობრიობისთვის, უდაოდ, დიდი სიკეთის მომტანიცაა.

აი, ასეთი ფუნდამენტალური ტრანსფორმაცია განიცადა ეპოქამ, ადამიანმა და გარემომ, რომელსაც თავად ეს ადამიანი ქმნის.

ამავე კონტექსტში განსაკუთრებული აღნიშვნის ღირსია ის, რომ დღეს უკვე სულ სხვა გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა კაცობრიობა ინფორმაციის წარმოშობის, მოპოვებისა და გავრცელების თვალსაზრისით, ინფორმაციისა, რომელიც ორლესულ მახვილად ქცეულა ინფორმაციული ომების ჩვენს ეპოქაში.

თავის დროზე ნაპოლეონი ამბობდა: „ათას ხიშტზე მეტად სამი გაზეთის მეშინიაო", რაც ზუსტად გამოხატავს საინფორმაციო ომების არსს, ნაპოლეონის შემდგომი კაცობრიობა კი ამ სფეროშიც, ისე როგორც ყველა დანარჩენში, გაცილებით შორს წავიდა.

სიტყვამ შეიძლება მოკლას და ამავდროულად, სიტყვამ შეიძლება ააღორძინოს. თუკი უწინდელ ეპოქებში საზოგადოებრივი ფორმაციები იცვლებოდა „ხიშტის ძალით", დღეს უკვე ასეთ იარაღად ეკრანიდან ნასროლი სიტყვა იქცა, რაც მით უფრო ზრდის პასუხისმგებლობას იმ პირებისა, რომელთაც საკუთარ პროფესიად სიტყვის მსახურება – ჟურნალისტიკა აურჩევიათ.

ეს ყველაფერი მეტად საინტერესოა ჩვენთვის მეცნიერული კვლევის თვალსაზრისით, რათა გავერკვეთ, რა მანიპულაციებით ხდება ტელე, პრესისა და ელექტრონული სიტყვის გამძაფრება, რათა მიღწეულ იქნეს მიზანი, ეს მიზანი კი კეთილსინდისიერი ჟურნალისტისთვის ობიექტური სიმართლის გავრცელებაა, არაკეთილსინდისიერისთვის კი, შესაძლოა, პირად, მერკანტილურ ამოცანებს ემსახურებოდეს.

თანამედროვე მედიის რაობისა და მის წინაშე არსებული გამოწვევების ჩვენი წინამდებარე კვლევა არ იქნებოდა სრულფასოვანი, თუკი ჩვენ არ გავითვალისწინებთ თანამედროვეობის კიდევ ერთ, მთავარ გამოწვევას, რომელიც უშუალოდაა დაკავშირებული დღევანდელი კომუნიკაციების უკიდურეს განვითარებასთან და თავადვეა ამ განვითარების მიზეზი – ამ ორ მოვლენას შორის ძლიერი კავშირი და უკუკავშირი არსებობს, ამ საყოველთაო, შეუქცევად მოვლენას კი – გლობალიზაცია ეწოდება.

ტერმინი „გლობალიზაცია" პირველად გამოიყენა ამერიკელმა სოციოლოგმა რ.რობერტსონმა. იგი ინგლისური სიტყვადან „Globe"–დანაა ნაწარმოები, რაც დედამიწას, გლობუსს ნიშნავს, „Global" კი – მსოფლიოს, გლობალურს გამოხატავს. სიტყვა „გლობალიზაცია" რობერტსონმა 1983 წელს სტატიაში გამოიყენა."

გლობალიზაციის კონტექსტში ასევე გამოიყენება სიტყვათა შეთანხმება „ახალი მსოფლიო წესრიგი", რომლის დამკვიდრებაც აშშ–ს პრეზიდენტს ჯორჯ ბუშ უფროსს უკავშირდება, რაც, თავის მხრივ, მრავალწახნაგოვანი მოვლენაა და პოლიტიკურ ასპექტში საზღვრების გამარტივებას, ქვეყნების სუვერენიტეტის შესუსტებას და მსოფლიოში არნახული ინტეგრაციული პროცესების გაღრმავებას ნიშნავს. ისტორიაში უპრეცედენტოა თუნდაც ევროკავშირის მაგალითი: ის, რისთვისაც საუკუნეების მანძილზე წარმოებდა დამპყრობლური, იმპერიალისტური ომები ახალა „უსისხლო ოპერაციებით" მიიღწევა – ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოთა ლიდერები უკვე შეთანხმდნენ მომავალი საერთო კონსტიტუციის მიღებაზე, რომლის ძალითაც აირჩევენ ერთ პრეზიდენტსა და ერთ საგარეო საქმეთა მინისტრს.

ამ გადასახედიდან მედია–მკვლევარებმა უნდა განვსაზღვროთ ჟურნალისტიკის როლი გლობალიზაციის ეპოქაში, როცა ხშირად ნაციონალური ინტერესები ეჯახება ე.წ. ზენაციონალურ ღირებულებებს. სწორედ ესაა ჩვენი წინამდებარე კვლევის საგანი.

სანამ უშუალოდ ზემოხსენებულ საკითხს გავშლიდეთ, აუცილებელია დავაკონკრეტოთ, თავისთავად რა არის ჟურნალისტიკის მიზანი, რა მთავარ მოთხოვნებსა და გამოწვევებს უნდა პასუხობდეს იგი, მიზანი, რომელიც დემოკრატიული ქვეყნის პრინციპებს არ დააზიანებს, მაგრამ სამართებლის პირზე

გაივლის და ამავდროეულად, არც ქვეყნის ინტერესებისთვის იქნება საზიანო. ეს ერთობ რთული ამოცანაა, რადგან, ერთი შეხედვით, სუბიექტურ და ობიექტურ სიმართლეს შორის ზღვარი თითქოს პირობითია და არც ემპირიული კვლევის მეთოდებითაა შესაძლებელი მისი განსაზღვრა, მაგრამ მით უფრო საინტერესოა, როგორც მეცნიერული კვლევის საგანი.

იცვლება მსოფლიო კომუნიკაციის საშუალებები, ტრანსფორმაციას განიცდის ინფორმაციის გაცემისა და მიღების სტანდარტები .

თანამედროვე მედია ძალიან მრავალფეროვანია და ის მოიცავს როგორც ტექსტურ, ასევე აუდიო, ვიდეო, ფოტო და ელექტრონულ პროდუქტს. თუმცა ამ მრავალფეროვნების საფუძველი უნდა იყოს მხოლოდ და მხოლოდ კეთილსინდისიერება, რასაც ხშირად გადაფარავს ხოლმე მერკანტილური სარგებლის მიღების ინტერესი. ამ მიზნით კი მედიის წარმომადგენლები სულ სხვადასხვა ხრიკსა და საშუალებას იყენებენ – დაწყებული შოკისმომგვრელი, ხმაურიანი სათაურებიდან და დამთავრებული სენსაციური, მხოლოდ მაყურებლის სენსიტიურობაზე გათვლილი სიუჟეტებით.

„მედიასაშუალების თანამშრომლები უნდა ცდილობდნენ, რომ საკუთარი შეხედულებები და პირადული განწყობები სამსახურის კარს მიღმა დატოვონ და ნეიტრალური, ცივი გონებით გადმოსცენ ხალხისთვის ფაქტებისა თუ მოვლენების შესახებ. ჟურნალისტი არ უნდა აღიქმებოდეს არცერთი მხარის გულშემატკივრად, პირდაპირ თუ ირიბად, პრობლემისა და კონფლიქტის გაშუქების დროს.

მედიასაშუალების რეპუტაციის ძირითადი განმსაზღვრელი კრიტერიუმებია ოპერატიულობა, საიმედოობა, და ექსკლუზიურობა.“

მედიის სიჯანსაღის შესაფასებლად შემოღებულია ე.წ. „მედიის მდგრადობის ინდექსი“, რომლის შედგენაც 5 მთავარი კრიტერიუმის საფუძველზე ხდება:

- პროფესიული ჟურნალისტიკა;
- თავისუფლების ხარისხი;
- ბიზნესის მენეჯმენტი;
- სიახლეების მრავალფეროვნება;
- მედიის მხარდამჭერი ორგანიზაციები.

ამერიკულმა ორგანიზციამ IREX–მა მოამზადა ანგარიში, რომლის მიხედვითაც საქართველოში 2018 წელს მედიის მდგრადობის ინდექსი წინა წელთან შედარებით

გაუარესებულია. მედიის მდგრადობის ხარისხი 0-დან 4 ქულამდე ფასდება. საქართველოში შეიმჩნევა კლების ტენდენცია : 2018 წლის მაჩვენებელი შემცირებულია 0.06%-ით და იგი 2,25-ია. რა ფაქტორებმა იმოქმედა ამ თვალსაზრისით?

ექსპერტების აზრით, კლების დინამიკის მთავარი მიზეზი მაუწყებლობის შესახებ კანონში შეტანილი ცვლილება გახდა, რომლის თანახმადაც საზოგადოებრივ მაუწყებელს გაეზარდა წვდომა სარეკლამო ბაზარზე.

ექსპერტებისგან უმწვავესი შეფასება მიეცა მედიასაშუალებების პოლარიზებას, რომელიც განსაკუთრებით მწვავე სახეს წინასაარჩევნო პერიიოდში იძენს ხოლმე. განსაკუთრებული კრიტიკის ობიექტები გახდნენ წამყვანი ტელევიზიები. საგანგებოდ იქნა აღნიშნული, რომ დამოუკიდებლობა და ფინანსური სტაბილურობა უმნიშვნელოვანესი ფაქტორებია მაუწყებლობის ხარისხის ამაღლების თვალსაზრისით.

კიდევ ერთი, უმთავრესი კრიტერიუმი, რომელიც უპირველესად იჩენს თავს მედიისადმი წაყენებული მოთხოვნების კონტექსტში, არის მისი მიუკერძოებლობა, მით უფრო საქართველოში, სადაც გამუდმებით დგას მედიასაშუალებათა პოლიტიკური კონიუქტურისადმი ტყვეობის პრობლემა.

ამავდროულად, როცა ობიექტურობასა და მიუკერძოებლობაზე ვსაუბრობთ, თავს იჩენს გარკვეული ფარდობითობა. საქმე იმაშია, რომ სულ სხვადასხვაგვარად მიწოდებული და ინტერპრეტირებული ერთიდაიგივე ფაქტი სულ სხვანაირად შეიძლება იყოს საზოგადოების მიერ აღქმული და შესაბამისად, მან, შესაძლოა, განსხვავებული შედეგებიც მოიტანოს.

ამ მოსაზრების ილუსტრირებისთვის გავიხსენოთ იგავი ხოჯა ნასრედინზე:

ერთ შახს დაესიზმრა, რომ მას ერთდროულად მოსძვრა ყველა კბილი. მან მოიხმო თავისი ყველა სწავლული აღნიშნული სიზმრის ასახსნელად. მისმა მწიგნობრებმა კი, ერთიმეორის მიყოლებით, აუწყეს, რომ ეს ავი სიზმარი მისი ყველა ახლობლის სიკვდილს მოასწავებდა. განრისხებულმა შახმა ყველა ავისმაუწყებელი სიკვდილით დასაჯა. მან, ამავდროულად, ბრძანება გასცა, ეპოვათ მისთვის სიზმრის ამხსნელი, რომელიც თუ მის გულს მოიგებდა, ტომარა ოქროთი დაჯილდოვდებოდა.

ამ დროს ქალაქში შევიდა ხოჯა ნასრედინი. გაიგო რა შახის ბრძანება, ის პირდაპირ მისი სასახლისკენ გაეშურა. გაოცებული უყურებდნენ გარშემომყოფები ხოჯას, ის კი ყველას უმტკიცებდა – სასახლიდან ტომარა ოქროთი გამოვალო.

და აი, მართლაც – ცოტა ხანში სასახლის ალაყაფი გაიღო და იქიდან გახარებული და ხელდამშვენებული ხოჯა გამოვიდა. გაოცებულ ხალხს, რომელიც მას ეკითხებოდა, თუ როგორ შეძლო შახის გულის მოგება, ხოჯამ აუხსნა: მე შახისთვის ტყუილი არ მითქვამს, უბრალოდ ავუხსენი, რომ მისი სიზმრის თანახმად, ის და მისი ახლობლები იცხოვრებდნენ დიდხანს და ბედნიერად, უბრალოდ სიზმარი მოასწავებდა, რომ შახი ყველა მის ახლობელზე დიდხანს იცოცხლებდაო.[23]

აღნიშნული იგავი გამოდგება ნეირო–ლინგვისტური პროგრამირების (ნლპ) გარკვეულ ნიმუშადაც, როცა ობიექტურ სიმართლესთან მიმართებაში თავს იჩენს გარკვეული ფარდობითობა, ეს გარკვეული ფარდობითობა კი აძლევს საშუალებას მედიის არაკეთილსინდისიერ მსახურებს, მოახდინონ გარკვეული მანიპულირება სასურველი მიმართულებით. იგივე ითქმის ჩვენს კვლევის საგანთან – მსოფლიო ინტეგრაციულ პროცესებთან, გლობალიზაციასთან მიმართებაშიც.

ამდენად, ჩვენ, როგორც მედია–მკვლევარებს გვაინტერესებს, თუ როგორია და როგორი უნდა იყოს მედია, განსაკუთრებით კი ქართული მედია, თანამედროვე გამოწვევების პირისპირ: მედია, როგორც ნეიტრალური მედიატორი, ზენაციონალური ღირებულებების მსახური, თუ მედია, როგორც ნაციონალური ინტერესების ქომაგი და მათ სადარაჯოზე მყოფი მძლავრი ბერკეტი? სად გადის ოქროს შუალედი? რა ხდება ამ თვალსაზრისით ქართულ მედიაში?

საკვლევად ავიღე 2020 წლის 12–დან 21 მარტის ჩათვლით პერიოდი. კვლევამ აჩვენა, რომ ამ პერიოდის განმავლობაში ქართული ტელეარხების აბსოლუტურ უმრავლესობაში განხილვების ძირითადი თემა იყო „კოვიდ 19“ და მისგან მომდინარე საფრთხეები. საინფორმაციო საშუალებების ცენტრალური სიუჟეტები, რეპორტაჟები და თოქშოუების თემა იყო სწორედ მსოფლიო პანდემია. პოზიტივად შეიძლება მივიჩნოთ სამედიცინო პერსონალისადმი დიდი სოლიდარობა, მადლიერება და მხარდაჭერა, რომელიც სატელევიზიო არხების დიდი ნაწილიდან გამოსჭვიოდა ამ პერიოდის განმავლობაში, რამეთუ საკუთარი სიცოცხლის რისკის ფასად პროფესიისადმი თავდადებული ადამიანების მხარდაჭერა მედიის მხრიდან, გარკვეულწილად, პატრიოტული ვალის მოხდად შეიძლება მივიჩნიოთ, თუმცა იყო

საპირისპირო ნეგატივიც: „მთავარ არხეზე“ ბევრჯერ გაიჟღერა უსამართლო, დაუმსახურებელმა ბრალდებებმა ექიმ-ეპიდემიოლოგთა მიმართ.

ამ პერიოდში უკანა პლანზე გადაიწია პოლიტიკურმა ბატალიებმა, სხვა სოციალურმა თემებმა, სპორტმა, კულტურულმა ცხოვრებამ და ა.შ. მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ასევე არ ყოფილა სიტყვა „გლობალიზაციის“ ხსენება და არც მცდელობა, რომ მსოფლიო პანდემია განეხილათ გლობალიზაციის კონტექსტში, კერძოდ, რამდენად ეფექტურად შეიძლება იქნეს გამოყენებული გლობლიზაციის სიკეთეები - ქვეყნებს შორის კომუნიკაციების უკიდურესი გავითარება, მათ შორის თანამშრომლობა ჯანდაცვის სფეროში - სწორედ ამ გლობალურ „ჭირთან“ საბრძოლველად, ამასთანავე ის საფრთხეები, რაც დაკავშირებულია საზღვრებისა და ქვეყნებს შორის მიმოსვლის გამარტივებასთან.

ზოგადად, შეუიარაღებელი თვალითაც ჩანს, რომ ქართულ მედია-სივრცეში ამ მხრივ სრული ვაკუუმია - სიტყვა „გლობალიზაციის“ ხსენება საერთოდ არაა, მაშინ როცა ამ უმნიშვნელოვანეს საკითხს უნდა ეძღვნებოდეს თოქ-შოუები, დისკუსიები, დებატები, სადაც მოხდება პროფესიონალური მსჯელობა გლობალიზაციის ყველა პოზიტივისა და ნეგატივის შესახებ, რაც როგორც საზოგადოებას, ასევე პოლიტიკოსებსაც სწორ ორიენტაციაში დაეხმარება ამ უდიდეს გამოწვევასთან მიმართებაში. სამწუხაროდ, ამ შემთხვევაშიც, ისე როგორც ბევრ სხვა საკითხთან დაკავშირებით, ქართული მედია მხოლოდ და მხოლოდ მრუდე სარკის როლს ირგებს.

განვიხილოთ საქართველოს ძირითადი სატელევიზიო არხების საეთერო ბადეების შინაარსი, რა სახის გადაცემები დომინირებს ქართულ ტელე-მედია სივრცეში. ჩვენთვის განსაკუთრებით საინტერსოა ერთი მიმართულება - რა მოცულობითაა ქართულ ტელევიზიებში პატრიოტიზმის გამაძლიერებელი გადაცემები, კერძოდ, ისეთი პროექტები, რომლებიც პოპულარიზაციას უწევს ისტორიულ მაგალითებს, ზრდის სამშობლოსთვის თავდადებისა და მისთვის მსახურების სულს, საზოგადებაში ახდენს ქართული ეროვნული თვითშეგნების ამაღლებასა და ნაციონალური ღირსების გრძნობის გაძლიერებას, ეროვნულ უმცირესობებში კი ამძაფრებს ქართული სახელწიფოს აღმშენებლობის საქმეში თანამონაწილეობის სურვილს.

„ტვ-იმედის“ მიმდინარე საეთერო ბადეს ავსებს საინფორმაციო („ქრონიკა“, „დღის ქრონიკა“), პოლიტიკური („ღია ეთერი“, „არენა, „სლოტანალიზი“, „იმედის კვირა“) გასართობი („სიცრუის დეტექტორი“, „მელომანი“, „პრაიმშოუ“, „სხვა რაკურსი გია ჯაჯანიძესთან ერთად“, „ღამის შოუ გიორგი გაბუნასთან ერთად“, შემეცნებითი („ანატომია“, „საიმედო რეკომენდაცია“, „უპასუხე საქართველოს“), სპორტული („სპორტი იმედზე“) გადაცემები.

როგორც ვხედავთ, საეთერო ბადეში არ მოინახა ადგილი არცერთი ისტორიული გადაცემისთვის. ასევე არაა პროექტები ქართული ლიტერატურაზე, ბუნებაზე, ღისშესანიშნაობებზე, ეკლესიებზე – ყველაფერ იმაზე, რაც ჩვენში აძლიერებს ეროვნულ თვითშეგნებასა და ქართული იდენტობის აღქმას.

დანართი N1

დაახლოებით „ტვ – იმედის“ მსგავსია **„რუსთვი2-ის“** საეთერო ბადეც: სანფორმაციო („კურიერი“), პოლიტიკური („ღამის კურიერი“), გასართობი („პროფილი“, „დიდი სცენა“, „ფარული კონვერტი“, „კომედი შოუ“, „არ გაჩრდე““ნიკა არაბიძის შოუ“, „გააცინე და მოიგე“) გადაცემები. როგორც ვხედავთ, აღნიშნულ სატელევიზიო ბადეშიც არაა პატრიოტული, ისტორიული და შემეცნებითი გადაცემები.

დანართი N2

უფრო უარესი მდგომარეობაა **„ტვ-პირველში“**: ერთეული გადაცემების გარდა („სარკეში მაია სტეფნაძესათან ერთად“, „პირველამდე ნინო არაზაშვილთან ერთად“, „საქმის კურსი“) – მთელი საეთერო ბადე გადავსებულია მხოლოდ პოლიტიკით: საინფორმეციო გამოშვებებითა და პოლიტიკური თოქშოუებით.

როგორც ვხედავთ, „ტვ-პირველშიც“ სრული ვაკუუმია პატრიოტულ მიმართულების გადაცემების თვალსაზრისით.

დანართი N3

დანართი N4

თითქმის იგივე ვითარებაა **„მთავარ არხზე“**: საეთერო ბადეს შეადგენს საიფორმაციო გამოშვება „მთავარი“, პოლიტიკური თოქშოუები („აქცენტები“, „კვირის აქცენტები“, „პოსფაქტუმი“), გასართობი გადაცემები („ვანოს შოუ“, „სხვა ნანუკა“), მაგრამ ბადეში არ მოინახა ადგილი არცერთი ისტორიულ-პატრიოტული მიმართულების გადაცემისთვის, თუ არ ჩავთვლით გასართობ-მუსიკალური

მიმართულების პროექტს „მხოლოდ ქართული“, რომლის საავტორო უფლებებსაც არხის ხელმძღვანელობას ედავება მომღერალი ნინო ჩხეიძე.

ოდნავ განსხვავებული ვითარებაა **საზოგადოებრივ მაუწყებელში**: მრავალფეროვან საეთერო ბადეში, რომელიც 5 ათეულამდე გადაცემას მოიცავს, რამდენიმე გადაცემა ეძღვნება საქართველოს ისტორიასა და ქართულ კულტურას. კერძოდ:

1) აკა მორჩილაძის პროექტი „იონას საქართველო“ ეძღვნება მე-18, მე-19 საუკუნეების მიჯნას, ქართველთა ყოფას და ისტორიულ ამბებს, იოანე ბატონიშვილის „კალმასობის“ მიხედვით.

2) პროექტი „სტოქსი... პოლკოვნიკის დახეული წერილები“ ეძღვნება მწერალთა სახლში რესტავრაციისას ხელოსნების მიერ აღმოჩენილ დიპლომატიურ, საიდუმლო დოკუმენტებსა და დაშიფრულ მიმოწერებს.

ამ დოკუმენტაციების მფლობელი იყო კავკასიაში დიდი ბრიტანეთის უმაღლესი კომისარი სტოქსი, რომელიც საქართველოში 1920 წელს მოღვაწეობდა და სწორედ მისი დახმარებით გადასცემდა საქართველოს მთავრობა საიდუმლო ინფორმაციას ევროპელებს.

3) პროექტი „საიდუმლო კარტოთეკა“ ეძღვნება სისხლის სამართლის საქმეებს, რომლებიც განეკუთვნება 1921-1990 წლებს.

4) პროექტის „თბილისის კართან“ მიზანია, წარმოაჩინოს თბილისის გარგნული იერსახის ტრანსფორმაცია ბოლო ორი საუკუნის განმავლობაში, ასევე ქალაქის შინაგანი მენტალობის ჩამოყალიბების პროცესი.

5) პროექტი„პრესა და ერი“ ეძღვნება ქართული პრესის ევოლუციას, ფართო ისტორიულ რაკურსში.

6) პროექტი „ექსპონატით მოყოლილი საქართველოს ისტორია“ წარმოადგენს ბრიტანეთის მუზეუმის დირექტორის მაკგრეგორის პროექტის გამოხმაურებას, რომელიც რადიო BBC-სთან თანამშრომლობით დაფუძნდა.

პროექტი აუდიტორიას კიდევ ერთხელ აუწყებს, რომ საქართველო ერთ-ერთი პირველი იყო იმ ქვეყნებიდან, ვინც ქრისტიანობა მიიღო. ის მეგზურობას გვიწევს საქართველოს ოქროს ხანაში – შუა საუკუნეებში, როდესაც გვყავდა არა დედოფალი, არამედ მეფე-ქალი თამარი.

7) პროექტი „ტელემუზეუმი“ საქართველოს ოქროს ფონდს უწევს პოპულარიზაციას, რითაც კიდევ ერთხელ გვახსენებს ჩვენს ისტორიულ საუნჯეს.

აი, ესაა საზოგადოებრივი მაუწყებლის იმ პროექტების ჩამონათვალი, რომლებიც ეხმაურება საქართველს ისტორიის ცალკეულ სეგმენტებს და აუდიტორიას კიდევ ერთხელ ახსენებს ჩვენს საამაყო წარსულს.

თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა თვითმიზნურად შეწყვიტა რეიტინგული ისტორიული პროექტი „გააგრძელე საქართველოს ისტორია“, რომელიც ასე ფრაგმენტულად კი არა, თანმიმდევრულად გვახსენებდა საქართველოს ისტორიას და საზოგადოებაში ქვეყნის სიყვარულსა და რაინდულ სულს აღძრავდა.

დანართი N5

სწორედ მამულიშვილური, პატრიოტული თემების გაშუქებით, მათზე რეაგირებით უნდა იყოს დაკავებული ქართული მედია, რათა გადავრჩეთ გლობალიზაციის ერთფეროვნების წამლეკავ მორევში. სინამდვილეში კი მხოლოდ ერთს ვხედავთ: იშვიათი გამონაკლისების გარდა, ქართული მედია გადაქცეულია იაფფასიანი სანახაობებისა და სკანდალზე ორიენტირებული თოქ-შოუების ასპარეზად, რაც, თავის მხრივ, იკვებება მარტივი გზით რეიტინგის მოხვეჭის სურვილით. ამიტომ დღესაც არ კარგავს აქტუალობას ანტიკურ ხანაში კარგად აპრობირებული რომის იმპერატორების ფორმულა – „ფული და სანახაობა“, მით უფრო ეკონომიკური კრიზისის პირობებში, როცა ძნელად მოსაპოვებელი პურის კომპენსაციას სწორედ დაბალი ღირებულებების სანახაობები ახდენს. ცალკე კვლევის საგანია, თუ რატომ ჰყავს ასეთ სანახაობებს თავისი მუშტარი, თუმცა ამჯერად ჩვენი ინტერესის საგანი სულ სხვაა – არის თუ არა დიამეტრალურად დაცილებული მედია, კერძოდ კი ქართული ჟურნალისტიკა თავის ნამდვილ მიზანს – თანამედროვეობის ძირითად გამოწვევებთან მიმართებაში ობიექტური, პირუთვნელი მონიტორინგის წარმოებასა და რაც მთავარია, ახდენს თუ არა იგი მარადიული, ყავლგაუსვლელი ღირებულებების პოპულარიზაციას, თუ პირიქით – ხშირად კარგავს ნეიტრალობას, ვერ ახდენს ინფორმაციის დაბალანსებას, ექცევა პოლიტიკური კონიუქტურის გავლენის ქვეშ და მარადიული ღირებულებების პროპაგანდის ნაცვლად ქცეულია იაფფასიანი სანახაობების ასპარეზად.

ჩვენი კვლევის საგანია ისიც, თუ რამდენად სრულფასოვანი ინფორმაცია მიეწოდება აუდიტორიას თვითმიზნად ქცეულ ინტეგრაციულ პროცესებზე, თუ აბსოლუტურად ცალმხრივად ხდება საზოგადოების აჟიტირება ნატოსა და ევროკავშირში ინტეგრირების თემით; შუქდება თუ არა, რის ხარჯზე იქნება შესაძლებელი ამ ქიმერად ქცეული მიზნების მიღწევა და რა იქნება ამ ინტეგრაციის საპირწონე; შესაძლებელია თუ არა ნატოში ინტეგრაცია კონფლიქტური რეგიონებიანად, თუ ამ გაერთიანების სანაცვლოდ მათზე უარის თქმა მოგვიწევს; რა ვალდებულებები იკისრა საქართველომ ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების სანაცვლოდ და არის თუ არა ეს ვალდებულებები წინააღმდეგობაში ჩვენს ნაციონალურ, სტრატეგიულ ინტერესებთან და ა.შ. ამ შემთხვევებშიც, ისე როგორც ბევრ სხვა დროსაც, დუმს ქართული მასმედია.

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ covid-19 პანდემიამ ძლიერ შეარყია ევროკავშირის სიმტკიცე, მაშინ, როცა უმძიმეს მდგომარეობაში მყოფ იტალიას არსებითი დახმარება არა ევროკავშირის ქვეყნებმა, არამედ მის გარეთ მყოფმა ჩინეთმა, რუსეთმა და კუბამ გაუწიეს. პანდემიის მძვინვარებისას ევროკავშირის ქვეყნებმა მკაცრად ჩაკეტეს საკუთარი საზღვრები, რითაც ევროკავშირის სხეული კიდევ ერთხელ ძლიერ შეზანზარდა. ჩვენთვის საინტერესო კი ისაა, რამდენად ადექვატურად აშუქებს ამ ახალ ტენდენციებს ქართული მედია, თუ იგი ჯერაც ძველ, გაკვალულ გზას მიუყვება ინერციით, რომელიც მსოფლიო ინტეგრაციული პროცესების ყურმოჭრილ მონობაში მდგომარეობს.

უნდა აღინიშნოს, რომ პანდემიამ სულ სხვა მიმართულების ინტეგრაციის საფრთხეები წარმოქმნა: „გარდიანის ცნობით, ბრიტანეთის ყოფილმა პრემიერ-მინისტრმა მსოფლიო ლიდერებს მოუწოდა, კოვიდ 19 პანდემიასთან საბრძოლველად შექმნან ე.წ. მსოფლიო გლობალური მთავრობა, რომელიც მთელი მსოფლიოს ძალისხმევის კოორდინირებას მოახდენს, პანდემიასთან ბრძოლისა და მისი გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისის დაძლევის თვალსაზრისით. [24]

მსგავსი განცხადებებიდან გამომდინარე ანალიტიკოსების ნაწილი მიიჩნევს, რომ ინტეგრაციულ პროცესებს სპონტანური ხასიათი კი არა აქვს, არამედ მათ უკან გარკვეული სუბიექტების კონკრეტული ხელწერა იკითხება და დღეს მსოფლიოში მიმდინარე გლობალური პროცესებიც ამ პირების მიერაა ინსპირირებული.

ჩვენი კვლევის საგანია, ასევე, რამდენად სრულყოფილად შუქდება მსოფლიოში მიმდინარე მძლავრი ანტიგლობალისტური მოძრაობები, რა არის მათი მთავარი მოტივაცია, როგორია, მაგალითად, ევროკავშირის ცალკეული ქვეყნების მოსახლეობის ძირითადი ნაწილის დამოკიდებულება ევროკავშირის წევრობისადმი. რაოდენ სრულფასოვნად გაშუქდა, თუ რატომ მიიღო დიდი ბრიტანეთის მოსახლეობის უმრავლესობამ რეფერენდუმის დროს ევროგაერთიანების საწინააღმდეგო, ე.წ. „ბრექსიტის" გადაწყვეტილება და ამის საფუძველზე რატომ გავიდა დიდი ბრიტანეთი ევროკავშირიდან.

შესასწავლია, მასმედიით მიმდინარეობს თუ არა მსჯელობა, რა არგუმენტაცია გააჩნიათ ინტეგრაციის საწინააღმდეგო ბანაკის წარმომადგენლებს, რამდენად საფუძვლიანი და დასაბუთებულია ეს არგუმენტები და რამდენად მნიშვნელოვანი და გასათვალისწინებელია ისინი თავად ჩვენთვის, საქართველოს მოქალაქეებისთვის, რომლებსაც, შესაძლოა, მასმედიით მხოლოდ ცალმხრივი, პოზიტიური ინფორმაცია მოგვეწოდება ევროინტეგრაციასა და ევროატლანტიკურ სიკეთეებთან დაკავშირებით. ამ ფონზე, როცა საქართველოს მოსახლეობა შეიძლება არც იყო საკმარისად და დაბალანსებულად ინფორმირებული ნატოს თემაზე, ძალიან არაადექვატურად გამოიყურება საქართველოში ნატოში ინტეგრაციის თემაზე ჩატარებული პლებისციტის შედეგები, როცა ქართულმა მასმედიამ დიდი ალბათობით კიდევ ერთხელ მოახდინა მრუდე სარკის ეფექტი.

მაგალითად, პორტალი tabula.ge გვამცნობს, რომ უოლ სტრიტზე მიმდინარეობდა დემონსტრაციები, იქ არსებული ამერიკული და საერთაშორისო კორპორაციების წინააღმდეგ. ამ მოძრაობაში ახალი არაფერიაო, – იუწყებოდა პორტლი, – რადგან დასავლეთ სამყაროში მსგავსი გამოსვლები ათეულწლების მანძილზე მიმდინარეობსო. [25]

სტატია ანტიგლობალისტური მოძრაობის მონაწილეებს წარმოაჩენს ულტრანაციონალისტურ, რადიკალურ, ფუნდამენტალისტურ, ნეგატიურ კონტექსტში. სტატიის მკითხველს საბოლოოდ რჩება უამრავი კითხვის ნიშანი, თუ რა არის აქციის მონაწილეთა მთავარი მოთხოვნები და რამდენად საფუძვლიანი არგუმენტაცია გააჩნიათ მათ ამ მოთხოვნათა წამოყენების გასამართლებლად.

ვნახოთ, გლობალიზაციის ავ–კარგიანობის გაშუქების თვალსაზრისით გამოირჩევა თუ არა ბეჭდური მედია. პრესაში ამ მხივ თითქმის სრული ვაკუუმია და

გამონაკლისად შეიძლება მივიჩნიოთ მხოლოდ მართლმადიდებლური ლიტერატურა, რომელიც გლობალიზაციის პროცესს ძირითადად ნეგატიური კუთხით წარმოაჩენს, რადგან იგი შეეხო ყველაზე უფრო საკრალურს – ადამიანის ღმერთთან ურთიერთობას, რელიგიას, რაც გამოიხატება სხვადასხვა რელიგიურ აღმსარებლობათა მზარდი დიალოგისა და ინტეგრაციის ტენდენციებში და მას თანამედროვე სახელწოდება – „ეკუმენიზმი" უწოდეს.

ეკუმენიზმს მართლმადიდებლურ სამყაროში ბევრი მოწინააღმდეგე ჰყავს, რომელთა მედროშედ ყოვლადწმიდა ღვთისმშობლის განსაკუთრებული სამყოფელი – ათონის წმ. მთა მიიჩნევა. ამ თემებს აქტიუარად აშუქებს მართლმადიდებლური პრესა. ამ მხრივ გამორჩეულია ჟურნალი „ქვაკუთხედი", რომლის თანახმადაც ამჟამად მსოფლიოში მიმდინარე ინტეგრაციული პროცესები სხვა არაფერია, თუ არა თანამედროვე ბაბილონის გოდოლის რეანიმირების მცდელობა, დასავლური სამყაროს ჰეგემონიის ქვეშ მიმდინარე გლობალიზაციის პროექტი კი დასრულდება ქრისტე-მტუარის – ანტიქრისტეს აღზევებით, რომელიც კაცობრიობას თავდაპირველად საერთაშორისო რანგის პოლიტიკოსის როლში მოევლინება, მსოფლიო ომის ფონზე და მთელ კაცობრიობას მშვიდობისა და უსაფრთხოების დაპირებით თავს მსოფლიოს ხელმწიფედ აარჩევინებს.

ამ ანალიზს საფუძველი მოეპოვება თავად წმ. წერილში – წმ. იოანე ღვთისმეტყველის ცნობილ წინასწარმეტყველებაში, რომელსაც აპოკალიფსი ეწოდება, ასევე წმ. პავლე მოციქულის ეპისტოლეში, რომელიც გვაუწყებს: როცა იტყვიან მშვიდობა და უსაფრთხოებაა, სწორედ მაშინ დადგება აღსასრულიო.

მართლმადიდებელი ეკლესიის წმიდა მამები კი ასწლეულების წინ გვამცნობდნენ: საყოველთაო არჩევნებით მთელ მსოფლიოში ერთს აირჩევენ და სწორედ ის იქნება ანტიქრისტეო.

ძირითადად ასეთია მართლმადიდებლური პრესის შეფასება თანამედროვე ინტეგრაციულ პროცესებთან მიმართებაში.

თუმცა სამართლიანობა მოითხოვს აღვნიშნოთ, რომ გლობალიზაციას თავისი სიკეთეებიც გააჩნია: სახელმწიფოთა შორის ურთიერთობების გლობალური ბერკეტები ეფექტურად შეიძლება იქნეს გამოყენებული ეკოლოგიური პრობლემების გადასაჭრელად, საერთაშორისო ნარკომაფიასთან საბრძოლველად, ჯანდაცვის სფეროში, განსაკუთრებით კი – უკურნებელ დაავადებებთან ბრძოლის კუთხით

თანამშრომლობისთვის. ეს განსაკუთრებით გამოჩნდა მსოფლიოზე თავსდამტყდარი უკანასკნელი დიდი განსაცდელის – covid19–ის პანდემიის დროს, როცა ქვეყნებს შორის ურთიერთდახმარებას ოქროს ფასი დაედო.

მაგალითად მოვიყვანოთ იტალიის ტრაგედია, როცა ყოველდღიურად დაინფიცირებულთა და გარდაცვალებულთა რაოდენობა გეომეტრიული პროგრესიით იზრდებოდა და ჩინეთმა, რუსეთმა და კუბამ ქმედითი დახმარება გაუწიეს იტალიას ვერაგ დაავადებასთან ბრძოლაში, რაც უდავოდ უნდა მივიჩნიოთ გლობალიზაციის სიკეთეების გამოვლინებად.

მასმედიას შეუძლია და ვალდებულიცაა – ამ მხრივ უფრო მეტად ინფორმირებული გახადოს საზოგადოება.

მაშ, რაშია გამოსავალი? როგორ დავიცვათ ოქროს შუალედი თანამედროვეობის უდიდეს გამოწვევასთან – გლობალიზაციასთან მიმართებაში? როგორც იტყვიან, გამოსავალი მართლაც ისევ და ისევ ზომიერებაშია ნამეტნობასა და უკმარობას შორის. აღნიშნულ დილემაზე პასუხის უფრო საფუძვლიანად გასაცემად დავესესხოთ ჩვენს ბრძენ პატრიარქს, რომელიც ბრძანებს: „გლობალიზაცია შეუქცევადი პროცესია და მას წინ ვერავინ აღუდგება, თუმცა ჩვენი მიზანი უნდა იყოს, მაქსიმალურად ავიღოთ მისგან ის სიკეთე, რისი მოცემაც მას ძალუძს, მაგალითად, ჰოლანდიელებისგან ვისწავლოთ მეცხოველეობის ეფექტური წარმოება, ყოველივე ნეგატიური კი – უკუვაგდოთ.“ მასმედიას კი, როგორც გამართულ კომპასსა და უტყუარ გზამკვლევს ამ პროცესებთან დაკავშირებით საზოგადოების სწორი ორიენტირების საქმეში გადამწყვეტი როლი ეკისრება.

4 გლობალიზაციის ეპოქა და მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეები

როგორც აღვნიშნეთ, გლობალიზაციას, ისე როგორც ნებისმიერ მოვლენას, მედალივით ორი მხარე აქვს, მედიის, როგორ პირუთვნელი მედიატორის ფუნქცია კი სწორედ ისაა, რომ საზოგადოებას მიაწოდოს ობიექტური, არატენდენციური ინფორმაცია ნებისმიერი მოვლენის დადებითი და უარყოფითი მხარეების შესახებ.

ბევრი ანალიტიკოსის აზრით, გლობალიზაცია პატარა ერებს შთანთქმით, ხოლო მათ თვითმყოფადობას – გადაგვარებით ემუქრება. ეს კი განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია ქართველებისთვის, რომელთაც ყოველივე უცხოს „საუცხოო" ვუწოდეთ, რაც ქმნის იმის საშიშროებას, რომ საზღვრებს გარედან შემოტანილი ნებისმიერი სიახლე ოვაციებით მივიღოთ და ყოველგვარი სელექციის გარეშე დავამკვიდროთ ქართულ სინამდვილეში.

ბევრი თანამედროვე მოაზროვნის აზრით, გლობალიზაცია – თანამედროვე ბაბილონის გოდოლია, რომელსაც მიზნად დაუსახავს კაცობრიობის ისტორიაში ხალხთა უპრეცედენტო ერთობის ჩამოყალიბება. ანალიტიკოსების ნაწილის აზრით, იგი ობიექტური პროცესია, რომელიც მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის და მისი თანმსდევი – კომუნიკაციების უკიდურესი განვითარების ლოგიკური შედეგია.

თუმცა დიდია იმ მოაზროვნეთა და მკვლევართა რიცხვი, რომლებიც გლობალიცაზიის გამალებული პროცესის უკან კონკრეტულ სუბიექტურ ფაქტორებს ჭვრეტენ, ასეთივე ზუსტად განსაზღვრული, კონკრეტული მიზნებით, მოტივაციით, ტაქტიკითა და სტრატეგიით. ამ მოსაზრებას იზიარებენ რიგი სასულიერო მოღვაწენიც, რომელთა განმარტებით გლობალიზაციის პროცესს ღრმა რელიგიური ასპექტები გააჩნია და სამყაროს ესქატოლოგიურ განზომილებას უკავშირდება.

ასეა თუ ისე, ერთზე თითქმის ყველა თანხმდება: გლობალიზაციას, ისე როგორც მედალს, ორი მხარე აქვს და მისი კვლევისას მხედველობიდან არ უნდა გამოგვერჩეს როგორც დადებითი ასპექტები, ასევე დიდი საფრთხის შემცველი მისი უარყოფითი მხარეები.

თამარ წულაია ნაშრომში „გლობალიზაცია – „პრობლემა“ თანამედროვე მსოფლიოში“ ახდენს გლობალიზაციის დივერსიფიცირებას 4 სახეობის მიხედვით, კერძოდ: პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული გლობალიზაცია, რაც დაკავშირებულია კაცობრიობის ისტორიაში არნახულ ინტეგრაციულ პროცესებთან, კერძოდ, მისი აზრით, კულტურული გლობალიზაცია ემუქრება ეროვნული, რელიგიური, კულტურული იდენტობის ნიშნების მოშლასა და ერთგვაროვანი, ამორფული კულტურის ჩამოყალიბებას, ამ პროცესში კი ჰეგემონის როლს ასრულებენ მსოფლიოს ძლიერი მეტროპოლიები და დასავლეთის ძლიერი სახელმწიფოები. [26]

ვასილ ჩხუტიაშვილის ნაშრომი „გლობალიცაზია - დადებითი ასპექტები და საფრთხეები“ ქმნის ბაზას გლობალიზაციის მრავასახეობის გააზრებისთვის, ახდენს იზოლაციონიზმისა თუ ინტერვენციონიზმის პრეზენტაციას, რაც აუცილებელია გლობალიზაციასთან დაკავშირებული ერთგვარი დუალიზმის დასაძლევად: როგორც მისგან მომდინარე საფრთხეების თავიდან ასარიდებლად, ასევე მისი სიკეთეებით მაქსიმალურად სარგებლობისთვის. ავტორის აზრით, გლობალურ საზოგადოებაში არსებოს აზრთა სახვადასხვაობა გლობალიზაციის შეუქცევად პროცესთან დაკავშირებით, რის გამოც გამოკვეთილია ორი მიმართულება: გლობალისტებისა და ანტიგლობალისტებისა. პირველი მიმართულება გლობალიზაციის სიკეთებს იყენებს არგუმენტად, კერძოდ ეკონომისკისა და მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის სფეროში, მეორე კი - გლობალიზაციას ისეთ საფრთხედ ხატავს, რომელიც შთანთქმით ემუქრება

საქართველოს მსგავს ქვეყნებს. ავტორისვე აზრით, გლობალიზაცია გარდაუვალია, როცა საქმე ეხება ეკონომიკის განვითარებასა და ინვესტიციების მიმოქცევას. და თუკი ქვეყანა მიილტვის ეკონომიკური საძირკვლების გაძლიერებესკენ, იზოლაციონიზმი დამღუპველი შეიძლება გახდეს. ეკონომიკის განვითარება ხომ ბუნებრივად მოითხოვს ფინანსური, მატერიალური თუ შრომითი რესურსების წრებრუნვას.

თუმცა გლობალიზაციის ოპონენტები საფრთხეებს ხედავენ ქვეყნის სუვერენიტეტის თვალსაზრისით, რადგან გლობალიზაციის პროცესს თან ახლავს საზღვრების გამარტივება, ეროვნული კანონმდებლობისა და ინტერესების შესაბამისობა ინტეგრაციის მოთხოვნებთან.

ინტეგრაციული პროცესები და სახელმწიფოთა შორის თანამშრომლობა სამხედრო-პოლიტიკურ სფეროში, გლობალიზაციის მომხრეთა ბანაკის წარმომადგენელთა აზრით, მთელ მსოფლიოში მშვიდობისა და უსაფრთხოების საწინდარია. თუმცა ბევრი სასულიერო მოღვაწის აზრით, ამგვარ მშვიდობასაც იანუსივით ორი მხარე აქვს. ისინი ეყრდნობიან წმ. პავლე მოციქულისა და წმ. წერილის განმმარტებლების მოსაზრებას იმის შესახებ, რომ გლობალიზაციის მოტანილი საყოველთაო, მოჩვენებითი მშვიდობა და უსაფრთხოება სამყაროს აღსასრულის მოახლოების უტყუარი ნიშანი იქნება: „როცა იტყვიან: მშვიდობა და უსაფრთხოებაო, მაშინ მოულოდნელად დაატყდებათ თავს განადგურება" (1 თესალონიკელთა 5:2).

ალბათ წარმოუდგენელი იქნებოდა გლობალიზაციის თანამედროვე პროცესი მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის თანამედროვე მიღწევების გარეშე, რომელთაგანაც განსაკუთრებული აღნიშვნის ღირსია ინტერნეტი. ინტერნეტმა გლობალური ინფორმაციის მიმოქცევის პროცესი სულ ახალ სიმაღლეზე აიყვანა. მან წარმოშვა ისეთი თანამედროვე მედიაპროდუქტი, როგორიცაა ელექტრონული ახალი ამბები და შესაბამისად, ახალი მედიასუბიექტები – საინფორმაციო სააგენტოები. გაიზარდა ინფორმაციის გავრცელების სიჩქარე. ინფორმაცია – ესაა იარაღი და ელექტრონული მაუწყებლობის თანამედროვე ეპოქამ ეს კიდევ უფრო თვალსაჩინო გახადა. 2002 წლის მონაცემებით, რომელიც ამერიკის დაზვერვის ინფორმაციითაა ნასაზრდოები, მსოფლიოში ინტერნეტის მომხმარებელთა

რაოდენობა 600 მილიონს აღემატებოდა, რაც იმ დროისთვის მსოფლიო მოსახლეობის თითქმის 10 % იყო.

ინტერნეტის განვითარებამ ადამიანებს საშუალება მისცა, ვირტუალურად ემოგზაურათ პლანეტისა და ზოგადად, მთელი სამყაროს ყველაზე უფრო წარმოუდგენელ წერტილებში, ზიარებოდნენ სხვადასხვა კულტურებს.

თუმცა ნებისმიერ პროცესს გაჩნია დადებითი და უარყოფითი მხარეები. ამ პროცესის მოწინააღმდეგეები არგუმენტებად იშველიებენ არა მხოლოდ ქვეყნების სუვერენიტეტის თანდათანობით ნიველირებას, არამედ რიგ ეკონომიკურ პრობლემებს – უმუშევრობის ზრდას, რაც გამოწვეულია კაპიტალის გატანით, ინვესტიციების დაბანდებით მესამე მსოფლიოს ქვეყნებში, სადაც იაფი მუშახელი და რესურსებია, ეს კი, შესაბამისად, ბაზარზე ზრდის კონკურენციას და იწვევს უმუშევრობის ზრდას.

გლობალიზაციის მიერ დაჩქარებული მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესი, ტექნოლოგიებს უკიდურესი განვითარება, კოსმოსის დაპყრობა ასევე გლობალური მასშტაბის ეკოლოგიურ პრობლემებს წარმოშობს, რომლებიც გადაუდებელ გადაჭრას საჭიროებს. ოზონის ხვრელი, გოლსტრიმის თბილი დინების ტრანსოფრმაცია, გლობალური დათბობა, აისბერგების დნობა, ჰაერის დაბინძურება, იელოუსტოუნის მძინარე ვულკანი და მის გარშემო დედამიწის ქერქზე ნახეთქები - ია, პრობლემათა სულ მცირე ჩამონათვალი, რომელებიც თანამედროვე ტექნოკრატიული ეპოქის სიკეთეებით მოსარგებლე კაცობრიობისგან გადაუდებელ გადაჭრას საჭიროებს.

მიღებულია, რომ შესაძლებელია გლობალიზაციის პროცესის გაზომვა გარკვეული კრიტერიუმებით. მაგალითად, შვეიცარიული მეთოდი“KOF Index of Globalization” ითვალისწინებს სხვადასხვა ფაქტორებს – როგორც პოლიტიკურ-ეკონომიკურს, ასევე ღირებულებითა და კულტურულ მხარეს. მის მიხედვით, ყველაზე გლობალიზებული ქვეყანა ბელგიაა, ჟურნალ “Foreign Affairs“-ის თანახმად კი გლობალიზაციის ინდექსით ლიდერობს სინგაპური.

სწორედ საქართველოს სინგაპურიზაცია - მისი გადაქცევა უსამშობლო, კოსმოპოლიტი მსოფლიო მოქალაქეებით დასახლებულ ტერიტორიად საქართველოს უახლოეს წარსულში ქვეყნის მმართველი ძალის მთავარ

სტრატეგიად იყო განცხადებული, რასაც საკვლევი საგნის კვლევის პროცესში ჩვენ არაერთხელ მივუბრუნდებით.

4.1 გლობალიზაცია და უსამშობლო ცნობიერების საზოგადოებრივი „მეტრები“

განსაკუთრებული საფრთხე, რომელსაც გვიქადის „საზღვრებს გარეშე მსოფლიო“ – ესაა უსამშობლო ცნობიერების „მსოფლიო მოქალაქეების“ თაობების ჩამოყალიბება. ამ მხრივ მეტად სიმპტომატურად, ნიშანდობლივად და ამავდროულად, საგანგაშოდ ისმის ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორის ნოდარ ლადარიას განაცხადი იმის შესახებ, რომ მსოფლიო ვითარდება გლობალური მიმართულებით, რაც იწვევს საზღვრების გამარტივებასა და ქვეყნების სუვერენიტეტის თანდათან ნიველირებას. ეს კი დროთა განმავლობაში ახალი რეალობის წინაშე დააყენებს მსოფლიოს: სამშობლოს, პატრიოტიზმის ცნება მხოლოდ ფორმალობად იქცევა, ის არქაიზმსა და რეტროგრადობას გაუტოლდება და მხოლოდ ნაძირალათა საყოველთაო თავშესაფარი გახდება. [27]

ასე ეფარებიან გლობალიზაციის ფასეულობებს უსამშობლო ცნობიერების კოსმოპოლიტები, რომლებიც ცდილობენ საზოგადოებაში ახლებური სტანდარტის დამკვიდრებას, თითქოს პატრიოტიზმი, სამშობლოს ცნება, ტრადიციული ღირებულებები უკვე რეტროგრადობა, არქაიზმი და ჩამორჩენილობაა. ეს მით უფრო საშიშია, როცა საქმე ეხება არა რიგით მოქალაქეს, არამედ მას, ვისაც მომავალი თაობების აღზრდა-განათლების სამჭედლო აბარია.

თვალსაჩინოებისთვის კიდევ ერთ მაგალითს მოვიყვან:

რამდენიმე წლის წინ გახლდით საზოგადოებრივ მაუწყებელში გამართულ ბრიფინგზე, რომელიც მიეძღვნა ახალ საეთერო ბადეს. ჩემს კითხვაზე – პომპეზურად წარმოდგენილ საეთერო ბადეში რამდენი გადაცემა იყო ისეთი, რომელიც ეროვნული, პატრიოტული ღირებულებების პოპულარიზაციას მოახდენდა, – იმჟამინდელი გენერალური დირექტორის ლევან ყუბანეიშვილის მოადგილემ გიორგი ჭანტურიამ მიპასუხა, რომ ისინი ვერ მოახდენდნენ საზოგადოების დაზომბირებას. ხოლო ჩემს საპასუხო კითხვაზე – მაშ, ილია ჭავჭავაძე თავისი

პატრიოტული შემოქმედებით ახდენდა თუ არა საზოგადოების ზომბირებას – მენეჯმენტისგან პასუხი ვერ მივიღე.

აი, ზოგადად როგორი მენტალობის ადამიანებს უპყრიათ ხელთ ტელევიზიების მართვის სადავეები და ამდენად, აღარც უნდა გვიკვირდეს, რომ საინფორმაციო ომების წარმოების ეს მძლავრი იარაღი დღეს, ფაქტობრივად, ტვინების გამორეცხვის უმთავრეს ბერკეტად ქცეულა.

საბედნიეროდ, გიორგი ჭანტურიასავით არ ფიქრობდნენ ჭეშმარიტი ქართველი მოღვაწენი. აი, რას ამბობს თუნდაც დიდი ვაჟა-ფშაველა სწორად გაგებული კოსმოპოლიტიზმის შესახებ, რაც ჩვენთვის სახელმძღვანელოდაც გამოდგება ეროვნულობის განქარვებისა და პატრიოტიზმის ნიველირების გლობალიზაციის თანამედროვე ეპოქაში: დიდი მგოსანი ამკვიდრებს აზრს, რომ ადამიანი, რომელსაც არ უყვარს საკუთარი ერი, ვერაფრით შეიყვარებს სხვა ერებს, ხოლო ვინც კეთილსინდისიერად ემსახურება თავის ხალხს, ის თავად კაცობრიობის საუკეთესო წევრიცაა.

და არა მხოლოდ გენიოსი ვაჟა-ფშაველა: ყველა დიდი წმიდანი თავისი ერის გულმხურვალე პატრიოტიც იყო. ისინი, უპირველესად, საკუთარი ერის ამაგდარნი და მათთვის დამაშვრალნი იყვნენ. თავად წმ. პავლე მოციქულიც კი უზენაესს მხურვალედ შეჰღაღადებს: უფალო, დაე ჩემი ერი გადაარჩინე და მე მზად ვარ ჩემი წილი სამოთხე ჩემს იუდეველ ხალხს დავუთმოო.

ასე აზროვნებდნენ და აზროვნებენ ჭეშმარიტი ერისკაცნი, რომლებზედაც ყველა დროში გადიოდა საკუთარი ერის სიმძიმის ცენტრი. ახლა კი გავავლოთ პარალელი და ვნახოთ, თუ ამჟამად როგორ აზროვნებენ თანამედროვე „ერისმთავარნი“, რომლებსაც ჩვენს დროებაში უპყრიათ ქვეყნის მართვის სადავეები: პარლამენტის ყოფილმა თავმჯდომარემ დავით უსუფაშვილმა განაცხადა, რომ იგი საკუთარ შვილებს სამშობლოსადმი თავდადების სულისკვეთებით არ ზრდის და თვლის, რომ ეს თავად მათი პირადი არჩევანია. თუკი საქართველოს ისტორიულ წარსულში მშობლები შვილებს ზრდიდნენ სამშობლოსა და სარწმუნოებისადმი თავდადების სულისკვეთებით, პირადი და სახელმწიფო ინტერესების ურთიერთმიმართებაში კი პრიმატი ერის ჯანსაღი ნაწილისთვის ყოველთვის სახელმწიფო ინტერესების მხარეს იხრებოდა, დღევანდელ დღეს ხდება ფასეულობების ერთგვარი გაყალბება და ჩანაცვლება სულ სხვა, „ზოგადსაკაცობრიო“ ღირებულებებითა და

სტანდარტებით. ხერხეულიძეთა გმირი დედა ომში მოწყლული შვილის ხელიდან სამშობლოს დროშას ჯერ კიდევ ფეხზე მდგომ სხვა შვილს გადასცემდა, სამაგიეროდ დღევანდელ დღეს ბევრი წარჩინებული მშობელი შვილს ე.წ. ლიბერალური ფასეულობებით ზრდის, რის მაგალითადაც გამოდგება სწორედ დავით უსუფაშვილის ხსენებული სატელევიზიო ინტერვიუს ფრაგმენტი, სადაც იგი გულწრფელად აღიარებს, რომ შვილებს სამშობლოსადმი თავდადების სულისკვეთებით კი არ ზრდის, არამედ ლიბერალური ცნობიერების, თავისუფალ ადამიანებად, რომელთაც თუ უნდათ შეეწირებიან სამშობლოს, და თუ არ უნდათ, სხვა არჩევანს გააკეთებენ. [28]

ამგავარი დამოკიდებულება მით უფრო გასაოცარია თანამდებობრივად საქართველოში მეორე პირის მხრიდან, რომელიც, შესაძლოა, ქვეყნის მთავარსარდალიც კი გამხდარიყო. მაშ როგორ უნდა მოეწოდებინა მას სხვისი შვილებისთვის, საქართველო დაიცავით მომხდური მტრისგანო?! და რას მოიმოქმედებდა იგი, რომ დამდგარიყო ასეთი განსაცდელი ქვეყანაში – საკუთარ შვილებს უცხოეთში გადამალავდა?!

ვფიქრობ, საქართველოს პარლამენტის ყოფილი სპიკერის გამონათქვამი არ არის კერძო პირის ერთი განყენებული აზრი, არამედ შეიძლება გამოდგეს თანამედროვე გლობალიზაციის პროცესის ერთ სიმპტომატურ მახასიათებლად.

საბედნიეროდ, ჩვენს სამშობლოში ყველა დროში არსებობენ „დედა-ხერხეულიძეები“, რომლებიც იყვნენ და არიან კიდეც ერის სინდისი და რომელთა ღვაწლითაც მოვედით დღევანდელ დღემდე.

4.2 ჩვენი ეპოქა – რა მივიღოთ და რა უკუვაგდოთ გლობალიზაციის „მენიუდან“

წინამდებარე ნაშრომზე მუშაობისას ჩვენ ვეხებით ისეთ საკვანძო მოვლენას, რომელიც დიდწილად განსაზღვრავს კაცობრიობის ცხოვრების ყველა სფეროს და შესაბამისად, მის ესქატოლოგიურ ბედსაც.

გლობალიზაცია, როგორც თანამედროვეობის ერთერთი ყველაზე დიდი გამოწვევა გავლენას ახდენს არა მხოლოდ მსოფლიოს სახელმწიფოების არსებობის ყველა მხარეზე, არამედ მათ მოქალაქეთა ყოველდღიურობაზე. გლობალიზაცია ხომ ახდენს მსოფლიოს ახალ გადანაწილებას, საზღვრების გამარტივებას, კომუნიკაციების უკიდურეს განვითარებას, ეროვნული ვალიუტების კურსის ცვლილებას ან სულაც – მათ გაქრობას (ევროკავშირის ქვეყნებში მიმოქცევის მთავალი ვალუტა გახდა ევრო); გლობალიზაცია, ასევე, ცვლის ქვეყნების კულტურას, განათლების სისტემას, ზოგადად, კაცობრიობის ღირებულებათა სისტემას და რაც მთავარია, ადამიანის მენტალურ ტრანსფორმაციას.

რა პრიზმაში უნდა განვიხილოთ ეს შეუქცევადი პროცესი და მისი ლოგიკური შედეგები?

მოდერნისტები მიმდინარე მოვლენებში პოზიტივს უფრო მეტს ხედავენ, ვიდრე ნეგატივს, ფუნდამენტალისტები და ულტრანაციონალისტები კი – პირიქით, რითაც კიდევ უფრო ღრმავდება უფსკრული ამ უკიდურეს მსოფხედველობით სისტემებს შორის და იზრდება ანტაგონიზმი, თუმცა როგორც ამბობენ სასულიერო მოღვაწენი, ღვთის სამეუფო გზა უკიდურესობებს, რადიკალურ ნაპირებს შორის სადღაც შუაში გადის. სწორედ ამ ოქროს შუალედის დაჭერაშია ყველაზე დიდი სიბრძნეცა და, ამავდროულად, სირთულეც, რაც არის კიდეც საუკეთესო გამოსავალი, მათ შორის ჩვენი კვლევის საგანთან – გლობალიზაციასთან მიმართებაშიც.

ბევრი კომენტატორ-ექსპერტი საკუთარ ნაშრომებში, ავტორიტეტულ წყაროებზე დაყრდნობით აყალიბებს მოსაზრებას, რომ გლობალიზაცია არა იმდენად ობიექტური პროცესია, რამდენადაც სუბიექტური და მსოფლიოში მიმდინარე პროცესების დირიჟორებად ძალიან კონკრეტულ, შესაბამისი ძალმოსილების მქონე ადამიანებს ასახელებენ, რომელთა მიზანსაც წარმოადგენს დასავლეთის ჰეგემონიის დროშის ქვეშ კაცობრიობის გაერთიანება – ერთიანი მსოფლიო, საერთო კომუნიკაციები, ინტეგრირებული ეკონომიკები, საუკუნეების წინ დაწყებული კაპიტალის გატანა პროდუქციის გატანის ნაცვლად: ინვესტიციების განხორციელება მე-3 მსოფლიოს ქვეყნებში, იქ, სადაც იაფი მუშახელი და რესურსებია; და რაც მთავარია – საერთო, ზოგადსაკაცობრიო ღირებულებები, რომლებიც გამყარებულია უამრავი საერთაშორისო კონვენციით, დეკლარაციითა და ქარტიით.

თუმცა ვერცერთი სუბიექტური ფაქტორი ვერ მიაღწევდა წარმატებას ამ უხილავ ბრძოლაში, რომ არ ჰქონოდა გლობალური საინფორმაციო მხარდაჭერა, რის მეცნიერულ კვლევასაც ეძღვნება კიდეც წინამდებარე ნაშრომი.

გლობალიზაცია ყოვლისმომცველი პროცესია, რომელიც ცვლის არა მხოლოდ კაცობრიობის მატერიალურ ფასეულობებს, არამედ გავლენას ახდენს მის სულიერ ღირებულებებზე, მსოფხედვაზე, მენტალობასა და თვითმყოფადობაზე. გლობალიზაციის იდეის ექსპანსიაში დიდი როლს თამაშობენს უმსხვილესი მედიამაგნატები, ჰოლდინგები და რაც მთავარია, ისეთი უმძლავრესი იარაღი, როგორციაა ინტერნეტი.

ამრიგად, გლობალიზაცია შეუქცევადი პროცესია, რომლიდანაც მსოფლიო ხალხებმა უნდა აიღონ მაქსიმალური სარგებელი – მეცნიერულ–ტექნიკური პროგრესის, ახალი ტექნოლოგიების, მრეწველობის, სოფლის მეურნეობის, მეცნიერების, განათლების სისტემის, ჯანდაცვის სფეროსა და ა.შ. თანამედროვე მიღწევების სახით, თუმცა ეს უნდა გააკეთონ მაქსიმალური ყურადღებით, სიფრთხილით უნდა მოეკიდონ ღირებულებით ნაწილს, მით უფრო ჩვენი მსგავსი პატარა ერები, რათა ინტეგრაციული პროცესების წამლეკავ მრავალფეროვნებაში მათ გადაირჩინონ საკუთარი ინდივიდუალიზმი.

4.3 გლობალიზაციისგან მომდინარე საფრთხეები: გლობალიზაცია – უსამშობლო ცნობიერების მუტანტი მოქალაქეების სამჭედლო

გლობალიზაციისა და თვითმზნად დასახული მსოფლიო ინტეგრაციული პროცესებისადმი ფრთხილი დამოკიდებულების შესახებ გვაფრთხილებენ თანამედროვე საერო და სასულიერო მოღვაწენი, მათ შორის საქართველოს ეკლესიის საჭეთმპყრობელი:

„საქართველო მხოლოდ მაშინ გადარჩება და დაიმკვიდრებს ღირსეულ ადგილს მსოფლიოში, თუ ის, თავის ტრადიციებზე დაყრდნობით, შექმნის თანამედროვე ტექნოლოგიებსა და მიღწევებზე დაფუძნებულ ქართულ სახელმწიფოს.

ამ ორივე პირობის შესრულება მეტად მნიშვნელოვანია ჩვენი არსებობისა და შემდგომი განვითარებისათვის. თუნდაც ერთ-ერთი მათგანის მოკლება უმძიმესი შედეგის მომტანი იქნება ქვეყნისათვის.

აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ ერთა თვითმყოფადობის უმთავრეს ფაქტორად დღეს კულტურული არეალიღა რჩება, რადგან მსოფლიო ინტეგრაციის პირობებში თანამედროვე ქვეყნების პოლიტიკური და ეკონომიკური საზღვრები თანდათან კარგავს თავის უწინდელ დანიშნულებას.

კულტურა მხოლოდ მწერლობაში, ხელოვნებასა და მეცნიერებაში არ ვლინდება, არამედ მთელი საზოგადოების ცნობიერებასა და ყოფა-ცხოვრებაშიც.

გლობალიზაციის პროცესი ბუნებრივად იწვევს იმ ხალხებისა და კულტურების ასიმილაციასა და ზოგჯერ სრულ გაქრობასაც, რომელნიც ვერ გამოიმუშავებენ სათანადო იმუნიტეტს, მაგრამ ეს არ არის ახალი მოვლენა.

ისტორიულად ცნობილი ყველა დიდი იმპერია ცდილობდა განეხორციელებინა გლობალიზაციის ერთგვარი პროცესი. დღეს კი ამან საყოველთაო ხასიათი მიიღო. ჩვენ არ უნდა შეგვეშინდეს ინტეგრაციისა, რადგან წარსულის დიდი გამოცდილება გვაქვს და ვიცით, რომ საუკუნეთა მანძილზე ქართული კულტურა არაერთი უძლიერესი იმპერიის გავლენას განიცდიდა, მაგრამ ღვთის განგებითა და ჩვენი წინაპართა ძალისხმევით არასდროს დაგვიკარგავს თვითმყოფადობა.

ეს დღესაც უნდა შევძლოთ.”[29]

„ჩვენ ვცხოვრობთ საშიშ დროში, მსოფლიო გლობალიზაციის დროში. მე აგიხსნით იმას, თუ რა არის გლობალიზაცია. გლობალიზაციის დროს არსებობს სუბიექტი და ობიექტი... მაგრამ ჩვენ, ქართველმა ერმა უნდა ვიცოდეთ, რისი დათმობის უფლებაც არა გვაქვს — ყოველივე ის წმიდა, რაც ჩვენს მამა—პაპას ჩვენთვის დაუტოვებია.“ [30]

„ჩვენ ვალდებული ვართ, დავიცვათ ჩვენი ეროვნული თვითმყოფადობა და ამ ბრძოლაში ჩვენი მიზანი შეიძლება იყოს მხოლოდ ერთი — გამარჯვება.

იმის გასაცნობიერებლად, თუ რა არის საჭირო, რათა ქართველი ერი შექმნილი ურთულესი მდგომარეობიდან გამოვიდეს, კვლავ სრულიად საქართველოს

კათოლიკოს-პატრიარქის, ილია მეორის სიტყვები გვასწავლის: ,,აუცილებლად რაღაც ისეთი იდეა უნდა გვქონდეს ერს, ხელისუფლებას, ეკლესიას, რომელსაც გაჰყვება ჩვენი ერი, რომელსაც ხელში აიტაცებს, როგორც ძვირფას საუნჯეს და ამით შეაბიჯებს მომავალში.” [31]

ამრიგად, კაცობრიობის თანამედროვე რეალობაში სახეზე გვაქვს გლობალური მასშტაბის ყოვლის მომცველი პროცესი, რომელიც გავლენას ახდენს არა მხოლოდ კაცობრიობის მატერიალურ ღირებულებებსა და ქვეყნების სუვერენიტეტზე, არამედ ზოგადსაკაცობრიო ფასეულობასა და ადამიანთა მსოფლხედვაზე. თუკი საქართველოს ისტორიულ წარსულში დედები შვილებს ზრდიდნენ სამშობლოსა და სარწმუნოებისადმი თავდადების სულისკვეთებით, პირადი და სახელმწიფო ინტერესების ურთიერთმიმართებაში კი პრიმატი ერის ჯანსაღი ნაწილისთვის ყოველთვის სახელმწიფო ინტერესების მხარეს იხრებოდა, დღევანდელ დღეს ხდება ფასეულობების ერთგვარი გაყალბება და ჩანაცვლება სულ სხვა, „ზოგადსაკაცობრიო“ ღირებულებებითა და სტანდარტებით.

4.4 ღირებულებების გადაფასება - სამშობლოს პატრიოტის ცნების მსოფლიო მოქალაქის ცნებით ჩანაცვლება

ვნახოთ, თუ ტოვებენ გლობალიზაცია და მისი პირმშონი ვაკუუმს სააზროვნო სივრცეში და სამშობლოს, ეროვნულობის, პატრიოტიზმისა და მამულისადმი თავდადების ცნებებს ანაცვლებენ თუ არა სულ სხვა, თანამედროვე, მოდური, საერთაშორისო ფასეულობებით: ადამიანის უფლებებითა და თავისუფლებებით, თვითგამოხატვის უფლებითა და თავისუფალი, ლიბერალური სამყაროს სხვა ღირებულებებით, საითაა მიმართული ყველა საერთაშორისო დეკლარაცია, პაქტი თუ კონვენცია. მაგალითად მოვიყვანოთ რამდენიმე:

ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა დაცვის კონვენცია რომი, 1950 წლის 4 ნოემბერი;
საქართველოსთან მიმართებაში ძალაშია 1999 წლის 20 მაისიდან;

მისი შინაარსობრივი სტრუქტურა:

მუხლი I ადამიანის უფლებათა პატივისცემის ვალდებულება

მუხლი 2 უფლება სიცოცხლის

მუხლი 3 აკრძალვა წამების

მუხლი 4 იძულებითი შრომისა და მონობის აკრძალვა

მუხლი 5 თავისუფლებისა და ხელშეუხებლობის უფლება

მუხლი 6 სამართლიანი სასამართლო განხილვის უფლება

მუხლი 7 არავითარი სასჯელი კანონის გარეშე

მუხლი 8 ოჯახური ცხოვრების , პირადი ცხოვრებისდა პატივისცემის უფლება

მუხლი 9 რელიგიის, აზრის, სინდისისა თავისუფლება

მუხლი 10 გამოხატვის თავისუფლება

მუხლი 11 შეკრებისა და გაერთიანების თავისუფლება

მუხლი 12 ქორწინების უფლება

მუხლი 13 სამართლებრივი დაცვის ეფექტიანი საშუალების უფლება

მუხლი 14 დისკრიმინაციის აკრძალვა

მუხლი 15 გადახვევა საგანგებო მდგომარეობის დროს

მუხლი 16 უცხოელთა პოლიტიკური საქმიანობის შეზღუდვა

მუხლი 17 უფლებათა ბოროტად გამოყენების აკრძალვა

როგორც ვხედავთ, ადამიანის უფლებათა სფეროში ამ საბაზისო დოკუმენტში არსად არაა მოხსენიებული მოქალაქის, როგორც სახელმწიფოს შემადგენელი ნომინალური უჯრედის მოვალეობები საკუთარი ქვეყნის მიმართ, არამედ ძირითადად მთელი აქცენტი გადატანილია მისი პირადი არჩევანისა და ლიბერალური თავისუფლების რეალიზაციის უფლებაზე კანონის ფარგლებში, რაც თავისთავად არაა ცუდი და რისი უზრუნველყოფაც ამ საერთაშორისო კონვენციით ევალება სახელმწიფოს, როგორც პიროვნული განვითარების გარანტს, თუმცა ეს განვითარება არამც და არამც არაა მიმართული საერთო, ეროვნული, კოლექტიური, სახელმწიფოებრივი ინტერესების მსახურებისკენ, არამედ მხოლოდ რაღაც ამორფული პიროვნული თავისუფლებების რეალიზაციის მიმართულებით.

[მეოცე საუკუნეში მიღებული სხვა საერთაშორისო დოკუმენტები იხ. **დანართში N6**]

ფაქტობრივად, მეოცე საუკუნეში ისეთი საერთაშორისო დოკუმენტი არ იქნა მიღებული, რომელიც ყურადღებას გაამახვილებდა არა მოქალქის მხოლოდ უფლებებზე, არამედ მის მოვალეობებზე საკუთარი სახელმწიფოს მიმართ. ეს პროცესი ძალიან წააგავს კონკრეტული სუვერენული ქვეყნების მოქალაქეების ტრანსფორმაციას მსოფლიო მოქალაქეებად, რომელთა უფლებებზე, ვალდებულებებსა და თავისუფლებებზე ზრუნავს კიდეც ეს საერთაშორისო დოკუმენტები.

მე-19 საუკუნის შემდგომ ფეოდალური ურთიერთობების რღვევის შედეგად კაცობრიობამ რამდენიმე ტრანსფორმაცია განიცადა. მან მოიხადა ბოლშევიკური და ნაცისტური სახადი, ამჟამად კი სულ სხვა გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა: კომუნიკაციების უკიდურესმა განვითარებამ და ერებს შორის ინტეგრაციის პროცესების გაღრმავებამ წარმოშვა იმის საფრთხეები, რომ სუვერენული ქვეყნები ახალი ბაბილონის გოდოლის ნაწილებად, ხოლო ამ ქვეყნის მოქალაქეები – საკუთარი სამშობლოს პატრიოტების ნაცვლად მსოფლიო კოსმოპოლიტ, მუტანტ მოქალაქეებად იქცნენ, რომელებსაც ტრადიციული ეროვნული ღირებულებების ნაცვლად ამ ბოლო ათწლეულებში თავს მოხვეული ახალი ღირებულებათა სისტემა ამოძრავებთ.

5 მედიის როლი ღირებულებათა გადაფასების პროცესში

2014 წელს მონაწილეობა მივიღე საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბორდის წევრების შესარჩევ კონკურსში და წარვადგინე შემდეგი კონცეფცია, რომელიც ტელევიზიაში სწორედ პატრიოტული მიმართულიების გაძლიერების ისახავდა მიზნად. კერძოდ, კონცეფცია დასათაურებული იყო შემდეგნაირად – „ტელევიზია სახელმწიფოებრიობის სამსახურში“:

„დასაწყისში აუცილებლობად მიმაჩნია განვმარტოთ, რას უნდა ნიშნავდეს ნამდვილი საზოგადოებრივი მაუწყებელი.

არავისთვის საიდუმლო არაა, რომ ჩვენ, წინა საუკუნეების ცივილიზაციებიდან განსხვავებით, გვიწევს ცხოვრება მეტად რთულ, საინფორმაციო ომების ეპოქაში, როცა სახელმწიფო გადატრიალებებიც კი ხდება არა იმდენად „ხიშტის“, რამდენადაც ეკრანიდან ნასროლი სიტყვის ძალით. ამდენად, სრულებით

თვალნათელი ხდება, თუ რამხელა ძალა და დანიშნულება აქვს ცივილიზებული საზოგადოების ცხოვრებაში „ცისფერ ეკრანს“ და აქედან გამომდინარე, რაოდენ დიდი სიფრთხილითა და პასუხისმგებლობით უნდა ვეკიდებოდეთ საქმეს, რომელსაც ტელევიზიის პრიორიტეტების განსაზღვრა ჰქვია.

ამდენად, ნამდვილი მამულიშვილის ცნობიერებაში საზოგადოებრივი მაუწყებლი უტოლდება სახელმწიფოებრივად მოაზროვნე მასშტაბურ ორგანიზაციას, რომლის მთავარი ორიენტირები დაკავშირებული უნდა იყოს ერთიანი სახელმწიფოებრივი, მაღალღირებული ინტერესების მსახურებასთან და სწორედ ამ დროშის ქვეშ უნდა გააერთიანოს მან საქართველოში მცხოვრები ყველა ეთნიკური ჯგუფისა თუ რელიგიური დომინაციის საზოგადოებრივი სეგმენტი.

თუკი თვალსაჩინოებისთვის პუნქტობრივად ჩამოვაყალიბებთ საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტებს, მივიღებთ შემდეგ სურათს:

1. პოლიტიკური გავლენებისგან სრულებით თავისუფალი, მხოლოდ სიმართლეზე დაფუძნებული საინფორმაციო სამსახური, რამეთუ პოლიტიკური ძალები მოდიან და მიდიან, მაღალი ღირებულებები კი მარად უცვალებელია;
2. პატრიოტული სულისკვეთების გამაძლიერებელი გადაცემები;
3. ანალიტიკური გადაცემები, რომლებიც ორიენტირებული იქნება თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქაში ეროვნულ თვითმყობადობასა და ტრადიციულ ღირებულებებზე დაფუძნებული საზოგადოების დანარჩენ ცივილიზებულ სამყაროსთან მშვიდობიანი, პროდუქტიული და ორმხრივ სასარგებლო ურთიერთობის გზების ძიებაზე;
4. ეროვნულ უმცირესობათა და სხვადასხვა რელიგიურ უმცირესობათა ინტერესების დაცვა ერთიანი სახელმწიფოებრივი მიზნების ფარგლებში. ამ მხრივ ძალიან მნიშვნელოვანი იქნება საქართველოს ისტორიიდან და თანამედროვეობიდან აღებული ისეთი მაგალითების პოპულარიზაცია, რომლებიც ასახავენ ეროვნულ უმცირესობათა და სხვადასხვა რელიგიურ უმცირესობათა სამაგალითო ღვაწლის მაგალითებს საქართველოს სახელმწიფოს სამსახურში; ასევე ქართული აბორიგენი ეთნოსის მიერ საქართველოში საუკუნეების მანძილზე დაგროვილი ტოლერანტობის

მაგალითების საყოველთაო რეკლამირებას. საეთერო ბადეში მნიშვნელოვანი ადგილი უნდა დაეთმოს სეპარატისტული აზროვნების საშიშროების ამსახველი ანალიტიკური გადაცემების არსებობას, რომლებიც დამაჯერებლად გახდის თვალსაჩინოს, რომ უმცირესობების ბედნიერება და კეთილდღეობა შესაძლებელია მხოლოდ ერთიანი, ძლიერი, ერთსულოვანი საქართველოს პირობებში და საითკენაც სწრაფვის გზაზე ყველამ საკუთარი „აგური უნდა დადოს."

5. საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრიორიტეტი უნდა იყოს ასევე პოლიტიკური, სოციალური და საზოგადოებრივი, ყოველმხრივ დაბალანსებული თოქშოუების არსებობა;
6. დიდი მნიშვნელობა აქვს, ასევე, ზოგადად, პუბლიცისტური, შემეცნებითი და კულტურულ-საგანმანათლებლო გადაცემებს, რომელთათვისაც უნდა იქნეს მონახული დინამიური, სანახაობრივი ფორმატი, რათა თემების სირთულიდან გამომდინარე არ იქცეს მაყურებლისთვის მონოტონურ, მოსაწყენ სანახაობად და შესაბამისი სატელევიზიო ხერხების მეშვეობით მაყურებელი დამაგრებულ იქნეს ეკრანთან.

ამრიგად, მთელი საზოგადოებრივი მაუწყებლის საქმიანობა უნდა იყოს მიმართული სახელმწიფოებრივი ინტერესების მსახურებისკენ, თანაც დღევანდელი რთული საერთაშორისო გეოპოლიტიკური კონტექსტის გათვალისწინებით, რაც არის კიდეც სახარებისეული სიბრძნის გზა: „იყავით უმანკო, ვითრაცა მტრედნი და ბრძენ, ვითარცა გველნი".

აღნიშნული კონცეფცია იმდენად მიუღებელი აღმოჩნდა შესარჩევი კომისიისთვის (თავმჯდომარე ზვიად ქორიძე), რომ იგი დაბლოკილი აღმოჩნდა კონკურსის პირველივე საფეხურზე.

ამ გადასახედიდან მითუფრო საინტერესოა ჩვენთვის, როგორც მედია-მკვლევარებისთვის, თუ რა ფასეულობებს ემსახურება ზოგადად ქართული ტელემედია და მათ შორის, საზოგადოებრივი მაუწყებელიც და რა წვლილი მიუძღვის მას ფასეულობათა გადაფასების თანამედროვე პროცესებში, რის შესასწავლადაც საკვლევ პერიოდად ავიღე 2018 წლის 5 ივლისიდან 12 ივლისამდე პერიოდი.

როგორც დაკვირვებამ გვიჩვენა, თითქმის გამონაკლისების გარეშე, ქართული მედიაც გლობალური ტენდენციების ტყვეობაშია, რის დასტურადაც გამოდგება თუნდაც ის ფაქტი, რომ ქართული ტელეარხების დიდ უმრავლესობაში ხსენებულ საკვლევ პერიოდში არცერთხელ არ ხსენებულა სიტყვა „სამშობლო". ამ მხრივ გამონაკლისად შეიძლება მივიჩნიოთ საზოგადოებრივი რადიოს ერთადერთი გადაცემა „ლიტერატურული საუბრები თამაზ ტყემალაძესთან ერთად", სადაც დროის ამ ინტერვალში სამშობლოს ცნებამ რამდენჯერმე გაიჟღერა.

სწორედ მშობელი ერისა და სამშობლოსადმი ერთგულება არის ის ერთადერთი იარაღი, რომელსაც შეუძლია ერის, ეკლესიისა და ხელისუფლების გაერთიანება ერთი, საერთო მიზნისკენ.

მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ქართული ტელეარხების აბსოლუტურ უმრავლესობაში არ ყოფილა ხსენებული ასევე სიტყვა „გლობალიზაცია"; შესაბამისად, არ მოწყობილა დისკუსიები თანამედროვეობის ამ დიდი გამოწვევის დადებითი და უარყოფითი მხარეების, მისგან მომდინარე საფრთხეების შეფასებით.

საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ძირითადი არხების - „რუსთავი2"-ის, „იმედის", ტვ-პირველის, საზოგადოებრივი მაუწყებლის, „იბერიის" ტელეგადაცემების მთავარი თემები იყო: სამთავრობო ცვლილებები, ნატოს სამიტი, კრიმინალის მომატება, ფეხბურთის მსოფლიო ჩემპიონატი.

ახალი ამბების განხილვის საგანი იყო სმიტების ამერიკული ოჯახის ტრაგედია და მასთან დაკავშირებული ვერსიები, თუმცა არასად დასმულა კითხვა - როგორ და რა დამსახურების გამო მიენიჭა ამ ოჯახს ორმაგი მოქალაქეობა და საერთოდ, რა ხდება უცხოელებისთვის მოქალაქეობისა და ბინადრობის უფლების მინიჭების თვალსაზრისით, მაშინ როცა ეს პროცესი მეტად გართულებულია თუნდაც ძირძველი ქართველების - ფერეიდნელებისთვის.

პარალელურად მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში სტატისტიკური მეთოდით დავთვლე ძირითად სატელევიზიო არხებზე შედარებით ახალი, საერთაშორისო „ღირებულებების" — „სამოქალაქო საზოგადოების", „მოქალაქის", „ადამიანის უფლებების" და „უმცირესობათა უფლებების" ხსენების რაოდენობა:

„ტვ-იმედზე" 2018 წლის 5 ივლისიდან 12 ივლისამდე პერიოდში ამ ტერმინების ჯამურმა რაოდენობამ რვა საათიან მთავარ საინფორმაციო გამოშვება

„ქრონიკაში“ შეადგინა 41; “რუსთავი2“-ის ცხრა საათიან მთავარ საინფორმაციო გამაშვებაში „კურიერი“ ამ რიცხვმა ჯამურად შეადგინა 47; საზოგადოებრივი მაუწყებელის პირველი არხის ცხრა საათიან მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში „მოამბე“ ამ რიცხვმა ჯამურად შეადგინა 29.

ერთი შეხედვით, ერთ კვირიანი ინტერვალის თვალსაზრისით მიღებული მონაცემები არაა დიდ რიცხვებში წარმოდგენილი, თუმცა იმის გათვალისწინებით, რომ პარალელურად თითქმის არ ხდება სიტყვების – „სამშობლო“, „პატრიოტი“, „სამშობლოსთვის თავგანწირვა“ – ხსენება, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ სახეზეა საზოგადოებრივი ღირებულებების თანდათანობითი ტრანსფორმაციის პროცესი, რომლის ავანგარდშიც სწორედ ქართული ტელემედიაა, ამ პროცესს კი სრულებით კონკრეტული დამკვეთი ჰყავს, გლობალიზაციის თანამედროვე პროცესისა და მისი მთავარი აქტორების სახით.

მედიამკვლევარები წარმოდგენილი საკვლევი საგნის შეფასების დროს ვაწყდებით დაუბალანსებელი, ცალმხრივი ინფორმაციის უწყვეტ ნაკადს, რომელიც ჭარბად და უწყვეტად მოედინება ყველა ქართული ტელე თუ რადიო არხიდან.

ამრიგად, ძალიან მრავალწახნაგოვანი საკითხია თანამედროვეობის ეს უდიდესი გამოწვევა – გლობალიზაცია თუმცა ქართული მედია დუმს ამ თვალსაზრისით და თითქოს შეთქმული საძმოსავით საკუთარ მაყურებელსა და მსმენელსაც სრულ უცნობლობაში ამყოფებს.

5.1 ქართული მედია, როგორც უსამშობლო ცნობიერების მსოფლიო მოქალაქეების აღმზრდელი

ვნახოთ, ამ ყველაფრის ფონზე როგორ იქცევა ქართული მედია მაშინ, როცა ეწყობა, გარკვეულწილად, ანტიგლობალისტური აქციები ქართული მიწის უცხოელებზე გაყიდვის, მიგრანტების მასობრივი ჩამოსახლების, მათზე ბინადრობის უფლების უკონტროლოდ გაცემისა და მსგავსი მოვლენების საპროტესტოდ.

ასე, მაგალითად ა.წ. 28 იანვარს მოეწყო აქცია სწორედ მიგრანტების მასობრივად ჩამოსახლების წინააღმდეგ, რომელსაც თითქოს ვიღაც უხილავი დირიჟორის ჯადოსნური ჯოხის მოძრაობით მონუსხული სრულიად ქართული მედია მდუმარებით შეხვდა. ეს მით უფრო გასაკიცხია, როცა საქმე მოქალაქეთა ხარჯზე დაფინანსებულ საზოგადოებრივ მაუწყებელს ეხება, რომელიც პირველ რიგშია ვალდებული, ასახოს საზოგადოებრივი განწყობები და დაკვეთა, თუმცა მორალურ პასუხისმგებლობას ვერც სხვა ტელევიზიები გაექცევიან.

საზოგადოებრივი აქტივისტის დიმიტრი ლორთქიფანიძის აზრით, საქართველო დიდი საფრთხის წინაშეა დემოგრაფიული პრობლემების გამო და ეს პრობლემები უკავშირდება არა მხოლოდ შობადობის შემცირებას და ერის დაბერებას, არამედ საზღვრების გახსნის მიზეზით უცხოეთიდან მიგრანტების უკონტროლო შემოდინებას. განსაკუთრებით აზიური ქვეყნებიდან – ირანიდან, ერაყიდან, ასევე აფრიკის ქვეყნებიდან და ინდოეთიდან ჩარტერული რეისებით საქართველოში მასიურად შემოდიან ქართულ მიწაზე დამკვიდრების სურვილით აღტყინებული უცხოელები, თანაც იმის პარალელურად, რომ ასიათასობით აბორიგენი მოსახლე უცხოეთში იხვეწება ლუკმაპურის საშოვნელად. სახეზეა ის, რომ ბარბაროსას დიდი გადმოსახლების გეგმა ძალას იკრებს. მის უკან კონკრეტული დამკვეთები მოჩანან და ეს პროცესი უკავშირდება ახალ მსოფლიო წესრიგს, რომელიც ითვალისწინებს ერების აღრევას, ამას კი დიდი ალბათობით შეეწირებიან მცირერიცხოვანი ერები.

ცნობილი გახდა, რომ 2018 წლის 10 დეკემბერს მაროკოს ძველ დედაქალაქ მარექეშში საქართველო მიუერთთდა გაეროს მიგრანტთათა საერთაშორისო პაქტს. ეს დოკუმენტი ითვალისწინებს 68 მილიონი მიგრანტისთვის თავისუფალი გადაადგილების, დასაქმებისა და სოციალური დაცვის პაკეტის უზრუნველყოფას.

ყველაზე შემაშფოთებელი კი ის არის, რომ არცერთ მედიასაშუალებას არ გაუშუქებია ეს ფაქტი, თითქოს ისინი ერთი დიდი შეთქმულების მონაწილენი ყოფილიყვნენ. უშუალოდ იუსტიციის სამინისტროს კურატორობით შეიქმნა მიგრაციის საკითხთა უწყებათშორისი კომისია, რომელშიც გაერთიანებულია რვა სამინისტრო. ხსენებულ საერთაშორისო დოკუმენთთან საქართველოს მიერთება ქმნის უდიდეს საშიშროებას, რომ თანდათან მოხდეს შემოყვანილი მიგრანტების ინტეგრაცია ადგილობრივ მოსახლეობასთან, რაც გადაშენებით გვემუქრება.

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ ბევრმა ცივილიზებულმა ქვეყანამ კატეგორიული უარი განაცხადა აღნიშნულ დოკუმენტთან მიერთებაზე, მათ შორის აშშ–მ, უნგრეთმა, ავსტრიამ, ლიტვამ და ა.შ.

დიმიტრი ლორთქფანიძის შეფასებით, ესაა ქვეყნის ღალატი, რომელშიც შეთქული საძმოსავით მონაწილეობს ქართული მედია. [32]

ამრიგად, მეტად საეჭვოდ გამოიყურება სრულიად ქართული მედიის ჯიუტი დუმილი, როცა საქმე საქართველოში ანტიგლობალისტური აქციების გაშუქებას ეხება. კვლევის ფარგლებში ჩვენ გამოვავლინეთ ფაქტები, რომ ქართული მედიის ამ საეჭვო პოზიციის უკან სრულებით კონკრეტული ინსტრუქციები იმალება, მათ შორის მიგრანტებთან დაკავშირებულ საკითხებთან დაკავშირებით, რასაც ნაშრომის განვითარების პარალელურად ჩვენ კვლავ მივუბრუნდებით.

5.2 ქართული მედია ფასეულობათა გადაფასების სამსახურში

ანტიგლობალისტური აქციების გაშუქების სრული ბოიკოტის ფონზე სრული სურათის შესაქმნელად აუცილებელია, პარალელი გავავლოთ, თუ რა ტიპის აქციებსა და აქტივობებს აშუქებს ქართული მედია და რა ტიპის რესპოდენტები ჭარბობენ უმრავლეს გადაცემებში. საილუსტრაციოდ კმარა თუნდაც 17 მაისის ხსენება, როცა თბილისის ცენტრში ჯიუტად ცდილობს ელჯიბიტი თემი საჯარო აქციის მოწყობას და რაც ჩვენთვის ყველაზე უფრო საინტერესო და ამავდროულად, ნიშანდობლივია – იგი მედიის სრული მხარდაჭერით სარგებლობს. ვგონებ, კონტრასტი სრულებით ცხადია.

ასევე შეუიარაღებელი თვალით ჩანს, რომ თითქმის ყველა არხზე თოქშოუების სასურველი სტუმარები არიან, მაგალითად, რელიგიურ–პოლიტიკური, ორგანიზაცია „გირჩის" წევრები და არა მხოლოდ რიგითი სტუმრები, არამედ მედიის მთავარი ფიგურანტები, რომელთა ოდიოზურ აქტივობებს ყოველთვის დიდი გულმოდგინებით აშუქებენ ქართული ტელევიზიები. ასე, მაგალითად სატელევიზიო ყურადღების ცენტრში აღმოჩნდა „გირჩის" ინიციატივები მარიხუანას მოხმარების დეკრიმინალიზაციის, ყველა ნარკოტიკული საშუალების მოხმარების

დეკრიმინალიზაციისა და შემდგომი ლიბერალიზაციის, პროსტიტუციის ლეგალიზაციის, სავალდებულო სამხედრო სამსახურიდან წვევამდელების მასიური გამოხსნისა და სხვათა შესახებ, რაც ასევე უნდა განვიხილოთ გლობალიზაციისა და მისი თანმდევი ფასეულობათა გადაფასების კონტექსტში.

5.3 უხილავი დირიჟორის ჯადოსნური ჯოხით მართული ქართული მედია

რასაკვირველია, ჩვენი კვლევა ვერ ჩაითვლება სრულყოფილად, თუკი არ ვეცდებით, გავარკვიოთ ქართული მედიის ტენდენციურობის მიზეზები, თუ არ შევეხებით კულისებმიღმა სივრცეს საიმისოდ, რომ გამოვავლიონოთ, ჰყავს თუ არა ამ პროცესებს კონკრეტული დამკვეთები. კულისების ფარდის კუთხის აწევისთანავე კი თვალშისაცემი ხდება ისევ ძველი, უკვე ბანალური ჭეშმარიტება, რომ ვინც იხდის ის უკვეთავს მუსიკას.

მაგალითისთვის მოვიყვანოთ 2019 წლის მარტში ჩატარებული კონფერენცია: „მედიის თვალით დანახული მიგრაცია – აღქმები, შესაძლებლობები და გამოწვევები“;

„ადგილმდებარეობა, თბილისი, საქართველო;

ჩატარების ადგილი: თბილისი, საქართველო;

ენები: ინგლისური (სინქრონული თარგმანი ქართულად და რუსულად);

კონფერენციის არსი:

“იმისგან დამოუკიდებლად, თუ რა ცვლილებები შეიძლება მიმდინარეობდეს, მასმედიის მნიშვნელობა თანამედროვე საზოგადოებაში, პოლიტიკურ, კულტურულ, ყოველდღიურ სოციალურ თუ ეკონომიკურ სფეროში მუდმივი იქნება...“

მიგრაციასთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქების გზით, მედია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს არა მხოლოდ საზოგადოებრივი აზრისა და საზოგადოებრივი დისკურსის ჩამოყალიბებაში, არამედ მიგრაციისადმი

სახელმწიფო მიდგომების ფორმირებაშიც. მიგრაციის ყველაზე მწვავე გამოწვევების, ან მიგრაციის ურიცხვი სიკეთეეების /სარგებლის ხაზგასმით, გარკვეულ საიმიგრაციო თემებზე აქცენტის გაკეთებით და სხვა საკითხების უგულვებევლყოფით, მედია უდიდეს გავლენას ახდენს ფართო იმიჯის ფორმირებაზე და თავად მიგრაციის აღქმაზე. ამდენად, მნიშნველოვანია იმის მიმოხილვა, თუ როგორ ხდება მიგრაციასთან დაკავშირებული ინფორმაციის მოგროვება, გაზიარება და განაწილება სხვადასხვა მოთამაშეებს შორის, რაც საგრძნობ ზემოქმედებას ახდენს როგორც მიგრაციის პოლიტიკის, ისე საზოგადოებრივი აღქმის ჩამოყალიბებაზე. როგორც მსგავსი მიმოხილვისკენ პირველი წინგადადგმული ნაბიჯი, უკიდურესად მნიშვნელოვანია ის, თუ მედიის მიერ როგორ არის წარმოდგენილი მიგრაციასთან დაკავშირებული საკითხები.

ევროკავშირის მიერ დაფინანსებულმა პროექტმა EINIGMMA 2 (მიგრაციის მართვის მდგრადობის ხელშეწყობა საქართველოში), რომელიც ხორციელდება „მიგრაციის პოლიტიკის განვითარების საერთაშორისo ცენტრის“ მიერ, რამდენიმე ღონისძიება მიუძღვნა საქართველოში მიგრაციის გაშუქების კვლევას. ერთერთი მათგანია საერთაშორისო კონფერენცია სახელწოდებით „მედიის თვალით დანახული მიგრაცია – აღქმები, შესაძლებლობები და გამოწვევები“ 2019 წლის მარტის დასასრულს.

კონფერენციის მიზანია, ერთად შეკრიბოს უცხოელი და ქართველი ჟურნალისტები და მედია პროფესიონალები, პოლიტოლოგები, მეცნიერები და მკვლევარები, აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების და ასევე ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების წარმომადგენლები, რათა განიხილონ კავშირი მედიასა და მიგრაციას შორის. კონფერენცია ყურადღებას გაამახვილებს მიგრაციასთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქების საუკეთესო პრაქტიკაზე, ასევე არსებულ გამოწვევებზე, შესაძლებლობებსა და აღქმებზე, მათ შორის შესაძლო პოლიტიკურ რეკომენდაციებზე. აღნიშნული საკითხების განხილვა მოხდება მედიაში მიგრაციის გაშუქების პრაქტიკული მაგალითების ანალიზისა და აკადემიური შეფასების გზით.

ორდღიან კონფერენციაზე მიწვეულები არიან ჟურნალისტები, მედია წარმომადგენლები, ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტები, აკადემიკოსები, რომლებიც მუშაობენ მედიის და მიგრაციის საკითხებზე, პოლიტოლოგები და სხვა ექსპერტები საკუთარი ცოდნის, ანგარიშების და კვლევის შედეგების

გასაზიარებლად, რაც ხელს შეუწყობს მედიასა და მიგრაციის საკითხებს შორის არსებული კავშირის გაგება-გაანალიზებას ადგილობრივი, რეგიონალური და უფრო ფართო საერთაშორისო პერსპექტივიდან. კონფერენციის საბოლოო მიზანია იმის უზრუნველყოფა, რომ მიგრაციის საკითხების გაშუქება მოხდეს ბალანსის დაცვით და ფაქტებზე დაყრდნობით.

კონფერენციაზე მოხდება სიტყვით გამოსვლა, წარმოდგენილი იქნება ჟურნალისტური სტატიები, ამბები და სხვა ქრონიკები, ასევე მიგრაციის კვლევის მიგნებები, რასაც მოყვება აკადემიური განხილვები მიგრაციის ზოგად საკითხებზე და გამოვლინდება მიგრაციის კონკრეტული ასპექტები, კერძოდ, შემდგარი და მომავალი ჟურნალისტების განათლების საჭიროებები. კონფერენცია გაიმართება ორი დღის განმავლობაში ინგლისურ ენაზე (ქართულ ენაზე სინქრონული თარგმნის თანხლებით), დღის წესრიგი იხ. ქვემოთ.

დღე პირველი:

მოწვეული ექსპერტის ძირითადი მოხსენება სხვა ქვეყნებში განხორციელებული მედია მონიტორინგის კვლევებზე და ზოგადად, მედიასა და მიგრაციას შორის არსებულ კავშირზე. კერძოდ, მოყვანილი იქნება მაგალითები, თუ მედიაში როგორ შუქდება მიგრაციასთან და მიგრანტებთან დაკავშირებული საკითხები;

საჯარო დისკუსია;

დღე მეორე:

გაცნობითი ძირითადი მოხსენება მედიისა და მიგრაციის კავშირზე, სადაც ყურადღება გამახვილდება კონფერენციისთვის შერჩეულ მიგრაციის საკითხებზე

კონფერენციის ორგანიზატორები ითხოვენ ჟურნალისტური კვლევების და სტატიების წარმოდგენას შემდეგ საკითხებზე:

დიასპორა და ემიგრანტთა თემები;

(იურიდიული/სამართლებრივი) და შრომითი მიგრაცია;

იმიგრაცია და ემიგრაცია;

მიგრანტთა ადამიანური უფლებები;

ადამიანების ტრეფიკინგი;

ინტეგრაცია და რეინტეგრაცია;

მიგრაციასთან დაკავშირებული სხვა საკითხები;

ჟურნალისტური მასალები უნდა წარედგინოს კონფერენციის ორგანიზატორებს 31 იანვარს. წარსადგენად გამოსადეგია მხოლოდ ის მასალები, რომლებიც ოფიციალურად იქნა გამოქვეყნებული 2018 წლის 31 დეკემბრამდე.

წარმოდგენილი უნდა იქნას:

- ნარატივის ასლი (მისაღებ ფორმატში, რომელიც უნდა შეუთანხმდეს ორგანიზატორებს);
- ოფიციალურად გამოქვეყნებული სტატიის ლინკი;
- ავტორის საკონტაქტო ინფორმაცია;
- ავტორის მოკლე ბიოგრაფია 100 სიტყვამდე;
- მოკლე წერილი კონფერენციაში მონაწილეობის მოტივაციის შესახებ;

შერჩევისას ყურადღება გამახვილდება შემდეგზე:

- წარმოდგენილი მასალების რელევანტურობა საქართველოსა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის რეგიონებისთვის;
- მიგრაციასთან დაკავშირებულ საკითხებზე ფოკუსირება;
- მოტივაცია, ზოგადი ინტერესი მიგრაციის საკითხებთან მიმართებით;
- ავტორის ენების ცოდნა და უნარი – სიტყვით გამოვიდეს კონფერენციაზე.

დაკავშირება მოხდება მხოლოდ შერჩეულ კანდიდატებთან

პროექტის დაფინანსება – 4.800.000 ევრო". [33]

ალბათ კითხვებს აღარ ტოვებს ის ფაქტი, თუ რატომ და ვინ დაადო მიგრანტების თემას ტაბუ ქართულ მედიაში, რატომ არ აშუქებს ჯიუტად ქართული მედია მიგრანტების მასობრივად შემოსლისა და მათთვის ბინადრობისა თუ მოქალაქეობის მინიჭების საპროტესტო აქციებს.

წინამდებარე კვლევის სიღრმეებში შესვლისას ვლინდება უამრავი ფაქტი, თუ რაოდენ მჭიდრო ფინანსური ურთიერთობა აქვს არასამთავრობო სექტორს ქართულ მედიასთან. ასე მაგალითად, არასამთავრობო ორგანიზაცია „საერთაშორისო გამჭვირვალობა" აქტიურად თანამშრომლობს მედიასთან, როგორც ზუსტი ინსტრუქციით აღჭურვილი დონორი.

განსაკუთრებულ ინტერესს ქართული მედიისადმი ასევე იჩენს ფონდი „ღია საზოგადოება – საქართველო", რომელიც დიდი გულმოდგინებითაა ჩართული ყველა სახის (ტელე, რადიო და ბეჭდვითი) მედიის კონკრეტული მიმართულების

აქტივობების ხელშეწყობაში. ეს ორგანიზაცია აფიანსებს ტელეკომპანიებს „პირველსა“ და „კავკასიას“, რადიო „ნორის“, სტუდია „მონიტორს“, გაზეთებს – „ლიბერალს“, „ნეტგაზეთს“, „გურიანიუსს“და „ბათუმელებს“, არასამთავრობო ორგანიზაციას „ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაციასა“ და ა.შ. ბევრი საერთაშორისო დონორი აფინანსებს არასამთავრობო ორგანიზაცია „საერთაშორისო გამჭვირვალობას“, მედიაზე მონიტორინგის წარმოების მიმართულებით.

დანართი N7, N8, N9, N10, N11, N13, N13, N14, N15, N16, N17, N18, N19, N20, N21, N22, N23, N24;

წარმოდგენილი დანართები სულ მცირე ნაწილია ე.წ. სოროსის ფონდის მიერ დაფინანსებული მედია–პროქტებისა, რომლებიც არსებით გავლენას ახდენენ თანამედროვე ქართული მედიის სულისკვეთებაზე და ქმნის სწორედ იმ სურათს, რომლის მოწმეც თითოეული ჩვენთაგანია.

ამრიგად, ჩვენ შევეხეთ ქართული მედიის კულისებს, გავაანალიზეთ, რამდენად ადექვატურად ასახავს ქართული ჟურნალისტიკა გლობალიზაციის ეპოქის გამოწვევებს, არის თუ არა ის თავისუფალი და კეთილსინდისიერი ამ გამოწვევებზე რეაგირებისას და არსებობს თუ არა სუბიექტური ფაქტორები, რომლებიც ახდენს გავლენას სწორედ მის კეთილსინდისიერებაზე. როგორც აღმოჩნდა, არის რიგი დონორებისა, რომლებიც პირდაპირ უთითებენ ვექტორებს, საითაც უნდა გადაიხაროს ქართული მედია და ეს ხდება არცთუ უანგაროდ, არამედ გამოხატულია სრულიად კონკრეტულ რიცხვებში, სამაგიეროდ კი მედიაც ხდება ანგარიშვალდებული ამ დამფინანსებლების მიმართ.

ამდენად უპრიანი იქნება ნაციონალური მედიის ნაცვლად შემოვიტანოთ „ზენაციონალური“ მედიის ცნება, რომელიც აპოლიტიკურის ნაცვლად თანდათან ხდება „აპატრიოტული“, ერთი შეხედვით ბუნდოვანი მიზნებით, ამორფული იდეოლოგიითა და სრულიად კონკრეტული ბიზნეს–პარტნიორებით, რაზეც კიდევ უფრო დეტალურად ვისაუბრებთ.

6 „არის თუ არა მედია პოლიტიკური ბრძოლის იარაღი გლობალიზაციის ეპოქაში“

ჩვენ წინამდებარე ნაშრომში განვიხილავთ თანამედროვეობის უდიდესი გამოწვევის – გლობალიზაციის არსს, მის ნიშან–თვისებებსა და გავლენას, რომლსაც იგი ახდენს თანამედროვე კაცობრიობის ცხოვრებისა და მოღვაწეობის სხვადასხვა სფეროზე, მათ შორის ეროვნული სახელმწიფოების განვითარების ვექტორებზე.

ამ მხრივ ჩვენთვის საინტერესოა გლობალიზაცია, მისი გავლენა მედიაზე და კონკრეტულად ქართულ მედიაზე, არის თუ არა იგი თავისუფალი, ეროვნული, რამდენადაა ის სახელმწიფოებრივი ინტერესების სამსახურში, რა თემებს აშუქებს და რას ბლოკავს, ვისგან ფინანსდება და ზოგადად – ვინ ქმნის ქართული მედიის დღისწესრიგს, არის თუ არა იგი გადაქცეული საინფორმაციო ომების თანამედროვე ეპოქაში ადამიანური ცნობიერებით მანიპულირების უმძლავრეს იარაღად. ტყუილად როდი ამბობდა ნაპოლეონი: „ათას ხიშტზე მეტად სამი გაზეთის მეშინიაო", ნაპოლეონის შემდგომი მსოფლიო კი გაცილებით შორს წავიდა, მათ შორის საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებისა და ხალხის მასებზე ზეგავლენის თვალსაზრისით. ამაოდ ხომ არ უწოდეს მედიას „მეოთხე ხელისუფლება".

ამჯერად ჩვენი კვლევის საგანია „მეოთხე ხელისუფლების" როლი ძირითადი ხელისუფლების ფორმირების საქმეში, ანუ მედია, როგორც პოლიტიკური ბრძოლის იარაღი.

„დიდ ზეგავლენას ახდენს ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებზე მასმედია, როგორც ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პოლიტიკური ინსტიტუტი, ერთ-ერთი პასუხისმგებელი თავად მედიის განვითარებაზე კი სახელმწიფოა, რომელიც თავისუფალი მედიის განვითარების გარანტი უნდა იყოს, კონსტიტუციის მიხედვით. მასმედიის, როგორც ინსტიტუტის განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორებად გვევლინება, ერთის მხრივ, საბაზრო ეკონომიკის პრინციპები და მეორე მხრივ, არსებული პოლიტიკური კონიუნქტურა.

ცოდნის გავრცელების სტატუსი ჰქონდა ყველაფერს, რაც საბჭოთა დროს მედიაში პოლიტიკის შესახებ იწერებოდა ან საჯაროდ ითქმოდა. მარქსიზმ-ლენინიზმის თეორიით აღჭურვილი კომუნისტური პარტია ამ ცოდნის წყარო იყო. საჯარო სივრცეში ადგილი არ ჰქონდა შეხედულებებს, რომლებიც ამ ცოდნას კითხვის ქვეშ დააყენებდა. ჟურნალისტის წერის კრიტერიუმი იყო ის, თუ რამდენად სწორად ასახავდა ის მმართველი პარტიის კურსს. დემოკრატიული გარდაქმნების კვალდაკვალ გაქრა მონოპოლია პოლიტიკურ ,,ცოდნაზე," გაჩნდა მრავალფეროვანი პოლიტიკური შეფასებები, მიდგომები და შეხედულებები, და ჟურნალისტებს გაუჩნდათ პრობლემა -ახალ ვითარებაში როგორ უნდა წერონ პოლიტიკური მოვლენების შესახებ, როდესაც აღარ არსებობს ძველი ათვლის სისტემა –

„მართებული“ ცოდნის ერთადერთი წყაროს სახით“. – ასე ახასიათებს ქართველი მედიაექსპერტი მარინა მუსხელიშვილი თავისუფლების ტალღის დაწყებას.

ძველი საზოგადოებრივი წყობილების რღვევასთან ერთად დღისწესრიგში დადგა საზოგადოებრივი ცხოვრებისა და მოღვაწეობის სხვადასხვა სფეროს გარდაქმნის აუცილებლობა. შესაბამისად შეიცვალა ჟურნალისიკის მთელი სივრცე, თავისი ახალი სტანდარტებითა და შესაბამისი კადრებით. მოვიდა ჟურნალისტების ახალი თაობა, რომელმაც გაბედულად შეაღწია პოლიტიკურ პროცესში, სადაც ორიენტირად კვლავ პოლიტიკური სტანდარტები მოიხმეს. ამ პროცესში ჟურნალისტური სტანდარტები დაიჩრდილა და წინა პლანზე კვლავ პოლიტიკურმა ბატალიებმა გამოიწია, რამაც ჟურნალისტები არა მედიატორებად, არამედ საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების შემომქმედებად აქცია,– ამბობს ექსპერტი.

მედიის პოლიტიზება გლობალიზაციის კონტექსტში ჩვენთვის მით უფრო საინტერესოა, რამდანადაც გლობალიზაციის პროცესი შეიცავს საფრთხებს ეროვნული სახელმწიფოების მუტაციის მიმართულებით. ამდენად, ჩვენი კვლევის საგანად უნდა იქცეს ის, თუ რამდენადაა ჩაყენებული ჟურნალისტიკა ქვეყნის სახელმწიფოებრივი, ეროვნული ინტერესების სამსახურში, თუ ის დღემდე განიცდის პარტიული კონიუქტურის გადაულახავ წნეხს და საზოგადოებრივი ცნობიერების მართვას ცდილობს სრულიად გამიზნული, კონკრეტული მიმართულებით, ეს კი ხშირ შემთხვევაში ხდება არცთუ უანგაროდ, არამედ გამოხატულია სრულიად კონკრეტულ რიცხვებში, რომელსაც შიდა და გარე დონორების დაფინანსება ჰქვია.

მედია, როგორც ობიექტური მონიტორი, უნდა ასრულებდეს საზოგადოებრივი სარკის როლს და ამდენად, განვიხილოთ, რამდენად ართმევს იგი ამას თავს, თუ უფრო ხშირად იგი მრუდე სარკედ იქცევა ხოლმე.

საილუსტრაციოდ განვიხილოთ საქართველოს წინასაარჩევნო მედია–გარემო.

2019 წლის გაზაფხულზე საქართველოში ტარდებოდა შუალედური არჩევნები. მაგალითად, მთაწმინდის რაიონში დარეგისტრირებული იყო 20 კანდიდატი, ზუგდიდში კი – 5 კანდიდატი. ჩავატარე მცირე სოციოლოგიური გამოკითხვა, რომელმაც აჩვენა შემდეგი სურათი:

დანართი N25

დანათი N26

ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკითხვის შედეგად, რომელშიც მონაწილეობდა 85 ადამიანი, გამოვლინდა შემდეგი ტენდენცია: გამოკითხულთა აბსოლუტურმა უმრავლესობამ იცოდა მხოლოდ ორი კანდიდატის ვინაობა და პარტიული კუთვნილება; გამოკითხულთა 100% არ იცოდა, თუ ზუსტად რამდენი კანდიდატი მონაწილეობდა არჩევნებში და შესაბამისად, არც მათი ვინაობა და პარტიული კუთვნილება იყო მათთვის ცნობილი.

მთაწმინდის ოლქში სახელისუფლებო გუნდის მაჟორიტარმა კანდიდატმა მეორე ტურში აიღო 10 738 ხმა , მაშინ როცა 2016 წლის საპარლამენტო არჩევნებისას იგივე კადიდატმა, ოღონდ სხვა, არასახელისუფლებო პარტიიდან აიღო მხოლოდ 618 ხმა. რაზე მეტყველებს თუნდაც ეს ფაქტი?

მთელი წინასაარჩევნო პერიოდის განმავლობაში მასმედია ავითარებდა აზრს, რომ მთავარი ბრძოლა გაიმართება ორ ძირითად კანდიდატს შორის: სახელისუფლებო და ძირითად ოპოზიციურ კანდიდატებს შორის. მასმედიით სხვა კანდიდატებზე ინფორმაციის გავრცელების ნაკლებობამ გამოიწვია სწორედ ის შედეგი, რაც დადგა და განაპირობა ის სურათი, რომელიც კვლევამ აჩვენა. ეს ჩანს კომუნიკაციების კომისიის დასკვნაშიც:

კომუნიკაციების კომისიის დასკვნით, საქართველოს საარჩევნო კანონმდებლობის თანახმად, ყველა მაუწყებელი ვალდებულია, წინასაარჩევნო დებატებში თანაბრად მიაღებინოს მონაწილეობა ყველა კვალიფიციურ სუბიექტს, თუმცა გამოვლენილ იქნა რიგი დარღვევები ამ ბალანსის დაცვისას. არა მხოლოდ პოლიტიკურ გადაცემებში, არამედ აპოლიტიკურ გადაცემებშიც კი არ იყო დაცული შესაბამისი ბალანსი:

„რუსთავი 2“-ში გადაცემაში „ფარული კონვერტი“ მიწვეულ იქნა თავისუფალი საქართველოს კანდიდატი გიორგი წულაია; გასართობ გადაცემაში „ნანუკას შოუ“ საანგარიშო პერიოდში მონაწილეობდნენ შემდეგი კანდიდატები: სანდრა რულოვსი (გაერთიანებული ოპოზიცია), შალვა შავგულიძე (თავისუფალი დემოკრატები). დ/კ კობა დავითაშვილი; გადაცემა „პროფილში“ მონაწილეობდნენ თავისუფალი საქართველოს კანდიდატი გიორგი წულაია და გაერთიანებული ოპოზიციის კანდიდატი სანდრა რულოვსი.

„ტელეიმედში“ საანგარიშო პერიოდში მაჟორიტარობის კანდიდატები მონაწილეობდნენ გასართობ გადაცემებში. ლადო კახაძე (ერთხელ) გადაცემაში „ღამის შოუ“ მონაწილეობდა.

„ტვ-პირველი“: საანგარიშო პერიოდში გადაცემას „მძიმე კაცთან“ სტუმრობდა ლადო კახაძე (ქართული ოცნება) და შალვა შავგულიძე (თავისუფალი დემოკრატები). გადაცემაში „კულინარიული დუელი“ მონაწილეობდნენ დ/კ სოფიო ხორგუანი და ლადო კახაძე (ქართული ოცნება) “.

როგორც ვხედავთ, კომუნიკაციების კომისიის დასკვნითაც ვლინდება, რომ წინასაარჩევნო გარემო არის ტენდენციური, თავად კვალიფიციურ სუბიექტებსაც კი არათანაბარ პირობებში აყენებს, არ აძლევს მათ თანაბარ შანსს, რომ საკუთარი სათქმელი ამომრჩევლამდე მიიტანონ, რის გამოც ელექტორატი არის ნაკლებინფორმირებული და არჩევანს აკეთებს მხოლოდ იმ კანდიდატებს შორის, რომლებზეც პედალირებს ქართული მედია.

არაკვალიფიციურ სუბიექტებზე ხომ საერთოდ არცაა საუბარი, ანუ ისეთ დამწყებ პოლიტიკურ სუბიექტებზე, რომლებასაც არ აქვთ პოლიტიკური წარსული და ახლა უნდათ შემოსვლა პოლიტიკურ ველზე. საარჩევნო კანონმდებლობა ასეთი სუბიექტებისთვის არ ითვალისწინებს არანაირ ხელშეწყობას - არც უფასო სარეკლამო დროის თვალსაზრისით და არც ბიუჯეტიდან დაფინანსების მხრივ.

როგორც ვხედავთ, საინფორმაციო ომების ჩვენს თანადროულ ეპოქაში ხელისუფლებისთვის ბრძოლაშიც სწორედ მასმედიის საშუალებების ფლობას ენიჭება გადამწყვეტი მნიშვნელობა, შესაბამის საარჩევნო სისტემასა და ფინანსურ სახსრებთან ერთად. ამ თვალსაზრისით ასევე საინტერესო იყო 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების მედიაგარემოს კვლევა.

წამყვანი ტელევიზიები საპრეზიდენტო არჩევნების მეორე ტურამდე ისედაც ძლიერ პოლარიზებული მედიაგარემო კიდევ უფრო რადიკალური გახდა. სხვადასხვა პოლიტიკურ ძალასთან აფილირებული ტელევიზიები არჩევნების წინ ქმნიდნენ შესაბამის კონტენტს, რისთვისაც მათ საეთერო ბადეების კორექტირებაც კი მოახდინეს - დაამატეს შესაბამისი ფორმატის გადაცემები. პოლარიზებული მედიასაშუალებების მიზანი იყო პოლიტიკური ოპონენტების მაქსიმალურად ნეგატიურად წარმოჩენა.

ასე, მაგალითად, ხელისუფლებისადმი ლოიალურად განწყობილი ტელეიმედი საგანგებო მაუწყებლობის რეჟიმზე გადავიდა. ეთერში გამოჩნდა სპეციალურად არჩევნებისთვის შექმნი კონტენტი „იმედილაივი“.

საინფორმაციო გამოშვებების ცენტრალური სიუჟეტები – ნაციონალური მოძრაობისა და მისი მოკავშირეების ნეგატიურ კონტექსტში წარმოჩენაზე იყო აწყობილი.

ამის საპირისპიროდ ნაციონალური მოძრობის კონიუქტურას დაქვემდებარებულ რუსთავი2-ში გადაცემები მთლიანად ხელისუფლების დისკრედიტაციისკენ იყო მიმართული, რაც ხშირად უკიდურეს ფორმებს იღებდა და სცდებოდა ყოველგვარი ეთიკის ნორმებსა და ფარგლებს. რუსთავი2-ის მაშინდელმა ხელმძღვანელმა ნიკა გვარამიამ პოლიტიკური ამოცანების მისაღწევად გამოიყენა ყველაზე უფრო სენსიტიური თემები, რომლებიც საპრეზიდენტო კანდიდატ სალომე ზურაბიშვილის პირად ცხოვრებას ეხებოდა.

საზოგადოებრივ მაუწყებელში წინასაარჩევნო პერიოდში გამოჩნდა გადაცემა „არჩევნები 2018“. ზოგადად, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერი „იმედისა“ და „რუსთავი2“-ისგან განსახვავებით, უფრო მეტად იყო დაბალანსებული, თუმცა როგორც ექსპერტულმა კვლევებმა აჩვენა, საზმაუს ეთერი ხელისუფლებისადმი უფრო ლოიალობას იჩენდა, ვიდრე ოპოზიციის კანდიადტებისადმი.

როგორც ვხედავთ, წინასაარჩევნო პერიოდში გამოიკვეთა სწორედ ის ტენდენცია, რაზედაც ზემოთ ვსაუბრობდით: ცენტრალური სატელევიზიო არხები ვერ გამოვიდნენ საპირისპირო პოლიტიკური პოლუსების კონიუქტურის წნეხიდან; იგრძნობა მიკერძოებული დამოკიდებულება ან ერთი, ან მეორე პოლიტიკური ძალის მიმართ; სატელევიზიო დებატებში არაა დაცული ბალანსი; წინასაარჩევნო პერიოდში არაპოლიტიკურ გადაცემებში ვიზიტის სიხშირითაც, რაც ასევე ამა თუ იმ კანდიდატის საარჩევნო კამპანიის ნაწილად უნდა მივიჩნიოთ – გამორჩეული არიან სწორედ ის კანდიდატები, რომელთა მიმართაც იჩენენ მიკერძოებას ესა თუ ის სატელევიზიო არხები. აქედან გამომდინარე, ჩვენ ვღებულობთ ფასადურ დემოკრატიას: ის კანდიდატები, რომლებიც საინფორმაციო მხარდაჭერის მიღმა არიან, მხოლოდ დემოკრატიის ანტურაჟის შექმნას ემსახურებიან და საარჩევნო ბრძოლა იმართება მხოლოდ იმ პერსონებს შორის, რომელთა მიმათაც არიან კეთილგანწყობილი მედიასაშუალებები, განსაკუთრებით კი – სატელევიზიო არხები. შედეგად, პოლიტიკურ ველზე შემოსვლის შანსი თითქმი არ ეძლევათ ახალ პოლიტიკურ სუბიექტებს, ათწლეულების მანძილზე ქართული პოლიტიკური ცხოვრება მოჯადოებულ წრეზე სვლას ემსაგვსება, რაშიც ლომის წვლილი

მიკერძოებულ, დაუბალანსებელ, გარკვეული ძალების მიერ მართულ მედიასაშუალებებს მიუძღვით.

ხშირია შემთხვევა, როცა სხვადასხვა მოვლენის გაშუქებისას საინფორმაციო გადაცემების (და არა საავტორო გადაცემების) წამყვანები თავს უფლებას აძლევენ, საკუთარი სუბიექტური შეფასება შესთავაზონ მაყურებელს, რაც, ხშირ შემთხვევაში, იარლიყის მიწებების სახეს იღებს.

ასე, მაგალითად, ა.წ. 17 ივნისის შემდეგ თბილისში გამართულ ელჯიბიტი პრაიდის მოწინააღმდეგე კონსერვატიული ჯგუფების შეფასებისას ტელეკომპანია „პირველის" ჟურნალისტები თავს უფლებას აძლევდნენ, ეს ჯგუფები ცალსახად „ჰომოფობიურ დაჯგუფებებად" მოეხსენებინათ; ამავე ტელეკომპანიის „დღის ამბების" წამყვანმა დიანა ტრაპაიძემ კი ამ ადამიანებს „რუსეთიდან მართული, მცირე მარგინალური ჯგუფები" უწოდა.

ხშირ შემთხვევაში სხვადასხვა სატელევიზიო ფორმატის წამყვანები აუდიტორიას სთავაზობენ მსგავს მზა დასკვნებსა და ფორმულირებებს, არ უტოვებენ მას სააზროვნო სივრცეს და ცდილობენ, საზოგადოება საკუთარი შეფასებების ტყვეობაში ამყოფონ.

შედეგად კი ვიღებთ რას: ვინც იცავს ტრადიციებს და ზნეობის კრიტერიუმებს, ისინი მიუღებელი არიან ქართული მედიისთვის და ჰომოფობიურ მარგინალებად ირაცხებიან.

ყოველივე ზემოთქმული ტოვებს შთაბეჭდილებას, რომ ძირითად სატელევიზიო არხებს აქვთ მკაცრად განსაზღვრული სარედაქციო პოლიტიკა, თუ რა თემები უნდა მოხვდეს მათ ეთერში, როგორ მიაწოდონ ისინი აუდიტორიას და რომელ თემებს ადევს ტაბუ. მაგალითად, სატელევიზიო მედიის ყურადღების ცენტრში არ მოხვდა უცხოელებზე მიწის გაყიდვის საპროტესტო აქციები. მედია იგნორირებას კი არ უნდა უკეთებდეს მსგავს თემებს, არამედ ინტენსიურად ცდილობდეს ამ სფეროში უცხოური გამოცდილების გაზიარებას, მაგალითად ისეთივე მცირემიწიანი ქვეყნისა, როგორც ისრაელია, სადაც მიწის გაყიდვის ნაცვლად მიღებულია გრძელვადიანი იჯარის პრაქტიკა.

სატელევიზიო მედიის ყურადღების ცენტრში ასევე არ მოხვდა უცხოელებისთვის ბინადრობის უფლებისა და მოქალაქეობის უკონტროლოდ მინიჭების, აგრეთვე, გაეროს მიგრანტთა შესახებ საერთაშორისო პაქტის საპროტესტო აქციები, მაშინ

როცა სრული საინფორმაციო მხარდაჭერა გამოუცხადეს რუსეთის ფედერაციის დუმის დეპუტატ სერგეი გავრილოვთან დაკავშირებული ინციდენტის შედეგად აზვირთებული საპროტესტო ტალღის გაშუქებას პირდაპირ ეთერში, აქციის დაწყებიდან – 20 ივნისიდან, პრაქტიკულად, ყოველდღიურ რეჟიმში.

თანამედროვე ქართული მედიის, განსაკუთრებით კი ტელემედიის ძირითადი ტენდენციების კვლევისას ბუნებრივად მივდივართ კითხვამდე: ხომ არ ხდება თანამედროვე გლობალიზაციის დიქტატის კვალდაკვალ ფასეულობების თანდათანობითი გადაფასება? თანდათან ხომ არ იკავებს „პატრიოტი მამულიშვილის“ ცნებას „მოქალაქე“, „სამშობლოს“ ადგილს კი – „სამოქალაქო საზოგადოება“?

ფილოსოფიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი დენიზა სუმბაძე, თავის ვრცელ წერილში „ჩვენ განვკურნავთ დედამიწას სნეულებათაგან“ წერს:

„1975 წლის „ჰელსინკის დეკლარაციამ” ჩვენი, ქართული მონოლითური ეროვნული მოძრაობის ამოხეთქვასაც დაუდო სათავე, მოძრაობისა, რომელიც ისახავდა მიზნად ეროვნული თვითმყოფადობის სრულყოფას, დამოუკიდებელი სახელმწიფოებრიობის გზით.

უკვე 90-იან წლებში მიაღწია მიზანს, და საბჭოთა კავშირის რესპუბლიკებთან ერთად ჩვენ, ქართველმა ხალხმაც, როგორც საბჭოთა კავშირის ერთერთ რესპუბლიკად ჩართულმა ქვეყანამ, ჩვენც მოვიპოვეთ დამოუკიდებელი სახელმწიფოებრიობა საბჭოთა კავშირიდან გამოსვლით. მაგრამ „ჰელსინკის დეკლარაცია”, რომელშიც ადამიანის უფლებათა დაცვასთან ერთად ხალხების ინდივიდუალური ერთობების, ანუ ერების უფლებათა, ღირსებათა და თავისებურებათა დაცვაც იყო წარმოდგენილი, ელვისებური სისწრაფით იქნა ჩანაცვლებული ბატონ ჯორჯ სოროსის სიონისტური „სამოქალაქო საზოგადოების” ვერაგული თეორიით. უფრო ზუსტად, „ჰელსინკის დეკლარაცია” საბჭოთა კავშირიდან ჩვენი გამოყოფის შემდეგ ჩანაცვლებულ იქნა კიდევ ახალი „დეკლარაციით”, რომელიც „ერების”„სამოქალაქო საზოგადოებებად” გარდაქმნის აპოლოგიით, მსოფლიოს ახალი წესრიგის იდეოლოგიად აკანონებდა ერების თვითლიკვიდაციასა და უეროვნებო მსოფლიოს შექმნას. ეს ახალი, ანუ „ერების” „სამოქალაქო საზოგადოებებად”, იგივე „მოქალაქეთა კავშირებად” გარდაქმნის ჯორჯ სოროსისეული დეკლარაცია-თეორია, რომელიც საქართველოს

სახელმწიფოს პოლიტიკურ იდეოლოგიად ჩაადუღაბა შემდგომ მსოფლიოს ახალი წესრიგის ერთ-ერთ არქიტექტორად აღიარებულმა ედუარდ შევარდნაძემ, ბატონ ჯორჯ სოროსის განმარტებით, დემოკრატიაზედაც მაღლა იდგა.“ [34]

როგორც უკვე აღვნიშნე, 2014 წელს მე მივიღე მონაწილეობა საზოგადოებრივი მაუწყებლის ბორდის არჩევნებში, რომლის ფარგლებშიც საკონკურსო კომისიას წარვუდგინე არა რაღაც ამორფული საზოგადოებრივი მაუწყებლის კონცეფცია, არამედ სახელმწიფო ტელევიზიის კონცეფცია, რომლის მთავარი იდეოლოგია უნდა ყოფილიყო ეროვნული და პატრიოტული სულისკვეთების გაძლიერება საზოგადოებაში, მარადიული ღირებულებების პოპულარიზაცია და ყველა ეთნიკური და რელიგიური ჯგუფის საერთო სახელმწიფოებრივი აღმშენებლობის პროცესში ჩართულობის პოპულარიზაცია. შეიძლება ეს ერთი კონკრეტული შემთხვევა არც კი ყოფილიყო აღნიშვნის ღირსი, რომ არა სიმპტომატური პასაჟი: პატრიოტული სულისკვეთებით გაჯერებული კონცეფცია იმდენად მიუღებელი აღმოჩნდა შესარჩევი კომისიისთვის, რომ იგი კონკურსის პირველივე ეტაპზე იქნა დაბლოკილი.

ამრიგად, წინამდებარე კვლევის ფარგლებში ჩვენ ვეცადეთ გვეჩვენებინა, თუ რა როლი აქვს გლობალიზაციის ეპოქის მასმედიას არა მხოლოდ ფასეულობების გადაფასების საქმეში, არამედ როგორც პოლიტიკური ბრძოლის უმძლავრეს იარაღს, რომელიც დიდწილად განაპირობებს არჩევნების შედეგს თავისი მიკერძოებით, დაუბალანსებლობით, პოლიტიკური კონიუქტურისადმი მორჩილებით, რის გამოც მეოთხე ხელისუფლება ხშირ შემთხვევაში ხდება ხოლმე პირდაპირი ხიდი ხელისუფლების სხვა – აღმასრულებელი და საკანონმდებლო შტოების ხელში ჩასაგდებად.

7 „ფეიკნიუსი“ გლობალიზაციის სამსახურში

წინამდებარე ნაშრომებში ჩვენ განვიხილეთ თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქა – საზღვრებს გარეშე მსოფლიო, ეკონომიკების ინტეგრირება, კომუნიკაციების უკიდურესი განვითარება, მეცნიერულ–ტექნიკური პროგრესის ერთობ დაუჯერებელი მიღწევები, ერების აღრევა, არნახული მიგრაციული პროცესები (უვიზო მიმოსვლა ქვეყნებს შორის, საზღვარგარეთის პასპორტის გარეშე, მხოლოდ აიდი ბარათითაც კი) – მისი პოზიტიური და ნეგატიური მხარეები და ის ძირითადი გამოწვევები, რომლის წინაშეც აღმოჩნდა თანამედროვე მედია, ინფორმაციის მოპოვების, დამუშავებისა და გავრცელების თვალსაზრისით. ვეცადეთ ფარდა აგვეხადა, თუ სადღეისოდ რა სუბიექტური და ობიექტური ფაქტორები ახდნენ ზეგავლენას, ზოგადად, მედიაზე და მით უფრო, ქართულ მედიაზე; ახდენს თუ არა ის, როგორც საინფორმაციო ომების მძლავრი იარაღი, მარადიული ღირებულებების – სამშობლოს, პატრიოტიზმის, ქვეყნისთვის თავდადების პოპულარიზაციას, თუ პირიქით – ემსახურება ფასეულობათა გადაფასებას, ახალი ღირებულებების დამკვიდრებას, ძველის ახლით ჩანაცვლებას ან სულაც – გაყალბებას; განვიხილეთ, რა ფაქტორები ახდენს გავლენას მედიასაშუალებების სარედაქციო პოლიტიკაზე, რამდენად უანგაროა მათი მოღვაწეობა და კონკრეტულად ვინ შეიძლება იყვნენ მათი დონორები; ასევე განვიხილეთ, არის თუ არა დღევანდელობაში მედია პოლიტიკური ბრძოლის იარაღი და აქვთ თუ არა სუბიექტებს საინფორმაციო მხარდაჭერის გარეშე შანსი, მიაღწიონ მხარდაჭერას პოლიტიკურ ასპარეზზე.

მაგრამ გლობალიზაციის ეპოქის ძირითადი გამოწვევებისა და მათზე თანამედროვე მედიის რეაგირების ადექვატურობის შეფასება ვერ ჩაითვლება სრულყოფილად, თუკი მხედველობიდან გამოგვრჩება დღევანდელობის მოტანილი კიდევ ერთი გამოწვევა, რომელსაც ასევე აქტიურად იყენებენ, როგორც საინფორმაციო ომის ერთერთ ძლიერ საშუალებას. ესაა ყალბი ინფორმაციების ტირაჟირება, ე.წ. ფეიკნიუსი. მას უკავშირდება ასევე ყალბი კონტენტი სოციალურ მედიაში ე.წ. ტროლებისა და ბოტების სახით.

ფეიკნიუსი ესაა ყალბი, ცრუ ახალი ამბები, რომლებშიც ნაწილობრივ ან მთლიანად გამორიცხულია უტყუარი ინფორმაციის შემცველობა. ფეიკნიუსები არცთუ იშვიათად ხვდება სხვადასხვა რესპექტაბელურ მედიასაშუალებებშიც და ისინი არც ისე ადვილი ამოსაცნობია, იმდენად, რომ ხშირად პროფესიონალებსაც უჭირთ მათი შემჩნევა.

თავდაპირველად ფეიკები აღმოცენდა, როგორც გასართობი კონტენტი. თუმცა სოციალური ქსელების განვითარებასთან ერთად მათ უფრო მეტად აგრესიული ბუნება შეიძინეს.

საქმე იმაშია, რომ ჩვეულებრივმა ობივატელმა მკითხველმა შეიძლება გამოტოვოს მართალი ინფორმაცია, იმიტომ რომ ის არაა მიწოდებული ხმაურიანი, სენსაციური და სკანდალური შეფუთვით. ეს კარგად იციან ფეიკმეიკერებმა, რომლებსაც სათანადოდ აქვთ შესწავლილი მედიამომხმარებლის ფსიქოლოგია. ამიტომ მათთვის სასურველ, გასაპიარებელ ინფორმაციას უმატებენ კიდეც სენსაციურობისა და სკანდალურობის ინგრედიენტებს, ან სულაც მთლიანად იგონებენ რაღაც ამდაგვარს, ვიწრო, მერკანტილური ინტერესებიდან გამომდინარე.

მაგალითად, ცოტა ხნის წინ გავრცელდა ფეიკინფორმაცია, რომ რომის პაპმა გააუქმა ჯოჯოხეთი. იტალიელმა ჟურნალისტებმა მოიგონეს სიუჟეტი, რომელმაც მოიარა მთელი მსოფიოს მასმედია. რომის პაპის პრესსამსახურს მოუხდა სპეციალური განცხადების გაკეთება, თუმცა ამ ფეიკმა მსუყე კვალი დატოვა ბევრ გამოცემაში და ვატიკანის ოფიციალურმა განცხადებამაც ვერ გადაფარა მისი მავნე შედეგი.

განსაკუთრებული აღნიშვნის ღირსია, რომ ბოლო დროს შეიქმნა სპეციალური მედიასტრუქტურები, რომელებიც სპეციალურად მუშაობენ ფეიკების შექმნაზე, ფედერალური არხები კი ყიდულობენ და ყიდიან მათ სერიოზული სახით.

ფეიკების ესოდენ გავრცელების მეორე მიზეზი არის ის, რომ მედიაპროდუქციის მომხმარებელთა 99% არ ეძიებს პირველწყაროს, მით უფრო, თუ ის უცხო ენაზეა.

რატომ ხვდება ყალბი ინფორმაციები რესპექტაბელურ მედიასაშუალებებში? იმიტომ, რომ ბოლო 2 ათწლეულის მანძილზე შეიცვალა ახალი ამბების განყოფილების ფორმირების წესი.

პრე–ინტერენეტის ეპოქაში ახალი ამბების მოსაპოვებლად ჟურნალისტები ადგილზე ჩადიოდნენ, ინტერნეტმა კი დიდწილად შეცვალა ინფორმაციის მოპოვების ტექნოლოგიები: რედაქციებში არის სპეციალური განყოფილებები, რომელებიც ახორციელებენ საიტებისა და სოციალური ქსელების მონიტორინგს, ცდილობენ რა მიაგნონ უნიკალურ ინფორმაციას, რომელიც მათ მიმართ რეკორდული ოდენობით ადამიანს მიიზიდავს. გამოცდილებისა და პროფესიონალიზმის დეფიციტი, დროის ლიმიტი, უყურადღებობა, უპასუხისმგებლობა, სიზარმაცე – აი, მიზეზები, რომელთა გამოც საკმაოდ ავტორიტეტულ გამოცემებსაც კი ფეიკნიუსები ეპარებათ.

მაშინ, როცა ხელმძღვანელობა თანამშრომლებისგან ათეულობით ახალი ამბის მოპოვებას მოითხოვს, ბუნებრივია, რომ მოპოვებული ინფორმაციის ხარისხი იკლებს. თუკი სკანდალი დიდ გართულებებს იწვევს, რედაქტორს სჯიან და თუკი გამოცემას ფეიკი შერჩა და ამან მატერიალური დივიდენდები მოიტანა, მაშინ – რედაქტორს ახალისებენ – აი, ძირითადი სქემა. თუმცა ყოველთვის ასე მარტივად არაა საქმე.

გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს, ვინ ფლობს მედიასაშუალებას და მით უფრო, ჰოლდინგს, რამეთუ ყველა დროში აპრობირებულია ფორმულა: „ვინც იხდის ის უკვეთავს მუსიკას“. და როცა ამგვარი დამკვეთი თუნდაც ნებისმიერი პოლიტიკური ძალაა, იქ ობიექტურობასა და მიუკერძოებლობაზე მხოლოდ ოცნების შესაძლებლობა თუ რჩება.

აუდიტორიის მხრიდან ინფორმაციისადმი დამოკიდებულებაზე გავლენას ასევე ახდენს თავად აუდიტორიის მსოფლხედვა. ადამიანი მიდრეკილია, ცნობიერებაში შექმნას მყარი მენტალური კონსტრუქციები, რომლებშიც სიკეთე და ბოროტება არა მხოლოდ მკვეთრადაა დიფერენცირებული, არამედ გარკვეული გეოგრაფიული მიჯაჭვულობაც გააჩნია. მაგალითად, ადამიანთა ნაწილისთვის რუსეთი ბოროტებაა, დასავლეთი კი – სიკეთე, ან სულაც პირიქით. აქედან გამომდინარე, ისინი მიდრეკილნი არიან დაუჯერონ იმ მედიასაშუალებებს, რომელთა მიმართულებაც

მათ ცნობიერში შექმნილ სტერეოტიპს ემთხვევა. როგორც წესი, ასეთი ადამიანები არც კი ამოწმებენ იმ ინფორმაციის სანდოობას, რომელიც მათ სტერეოტიპულ შეხედულებებს ემთხვევა, საპირისპიროს კი – ცალსახად ფეიკად მიიჩნევენ.

ცალკე განხილვის თემაა – შედარებით უმნიშვნელო, არაფრისმთქმელი ტექსტების ხმაურიანი და სენსაციური სათაურები. მაგალითად, თუ სოციალურ ქსელში ვინმე ცნობადმა ადამიანმა საკუთარ გვერდზე დაწერა, რომ მან ძაღლი დაკარგა, შეიძლება საინფორმაციო სააგენტოებმა ეს ნიუსი გამოაქვეყნონ სათაურით, რომ მავანმა მეგობარი დაკარგა, რაც ცნობისმოყვარე მკითხველის საიტზე შეტყუების ერთერთი ხერხია და შედეგიც მიღწეულია. თუკი საიტს ვინმე მოედავება, მას ყოველთვის რჩება გზა თავის სამართლებლად, რომ ეს იყო ალეგორია და მკითხველებმა არასწორად გაიგეს.

ბოლო წლების გამოცდილება აჩვენებს, რომ ფეიკნიუსებმა (თუკი ისინი დიდი რაოდენობითაა წარმოდგენილი და დაკავშირებულია ერთმანეთთან) შეუძლიათ შეცვალონ მსოფლიოს რეალური სურათი და ცნობიერებაში გარკვეული აქსიომატიკა ჩამოაყალიბონ. ამიტომ აუცილებელია სახუმარო ფეიკების განიარაღებაც, იმ საინფორმაციო ნიაღვარის მიუხედავად, რომელშიც ჩვენ გვიწევს არსებობა.

ფეიკნიუსები მსოფლიო პრობლემაა და როგორც უკვე ვახსენეთ, პერმანენტულად ყველაზე უფრო რესპექტაბელური და ავტორიტეტული მედიასაშუალებები ეხვევიან ხოლმე ფეიკ-სკანდალში.

ასე მაგალითად, ცნობილია, რომ აშშ-ს პრეზიდენტმა დონალდ ტრამპმა უწოდა „ხალხის მტრები“ CNN-ის ჟურნალისტებს. ეს მოხდა პრესკონფერენციაზე, რომელიც ეძღვნებოდა არჩევნებს. “უკმეხი და საშინელი ადამიანი” – ასე უწოდა მან CNN-ის კორესპონდენტ აკოსტას.

“დამაცადეთ, რომ ვმართო ეს ქვეყანა. თქვენ CNN-ის ცუდი მენეჯერი ხართ. ეს თქვენს რეიტინგს ეტყობა “, — თქვა დონალდ ტრამპმა.

რეპორტიორს სურდა კითხვა არჩევნებში რუსეთის ჩარევის შესახებაც დაესვა, თუმცა ტრამპის დავალებით კოსტას მიკროფონი გაუთიშეს.

“გეყოფათ, გაჩუმდით! როცა თქვენ ფეიკს ავრცელებთ და CNN-ი ამას მუდმივად აკეთებს, თქვენ ხალხის მტრებივით იქცევით”, — განაცხადა ტრამპმა.

ამ ინციდენტის შემდეგ ჯიმ აკოსტას თეთრი სახლის აკრედიტაცია გაუქმებულ იქნა.

CNN-ის შემდეგ ფეიკ-სკანდალში ახლა უკვე ABC News გაეხვა, რის შესახებაც აშშ-ს პრეზიდენტმა დონალდ ტრამპმა Twitter-ის საკუთარ გვერდზე შემდეგი შინაარსის განცხადება გამოაქვეყნა:

„დიდ სკანდალში გაეხვა ABC News. მათ გამოიყენეს მართლა საშინელი, ყალბი კადრები, სირიაში თურქეთის მიერ წარმოებული დაბომბვების შესახებ.“ ამერიკის პრეზიდენტმა გააკრიტიკა ტელეარხი ამ ფეიკის გამო. ტელეარხმა უჩვენა ვითომ თურქეთის ოპერაციის ახალი კადრები, თუმცა მაყურებლებმა შეამჩნიეს შეუსაბამობა. როგორც აღმოჩნდა, ეს კადრები გადაღებული იყო რამოდენიმე წლის წინ კენტუკის შტატში სამხედრო შოუზე.

„ძალინ დიდი სირცხვილი,“- ასე შეაფასა ამერიკის პრეზიდენტმა ეს ამბავი.

7.1 ცილისწამება, როგორც ფეიკნიუსის იარაღი

ამ გადასახედიდან ჩვენი მეცნიერული კვლევის საგანია, შევისწავლოთ, რა ხდება ამ თვალსაზრისით ქართულ მასმედიაში, განსაკუთრებით კი - ტელემედიაში, რამდენად პასუხობს ის ობიექტურობის, მიუკერძოებლობისა და საიმედოობის სტანდარტებს, რამდენად იფილტრება ინფორმაციები ფეიკნიუსებისგან და დაცულია თუ არა ისინი სტერეოტიპული სტიგმებისა და კლიშეებისგან.

ერთ-ერთი ყველაზე დიდი ცილისწამება, როგორც ფეიკნიუსის იარაღი, რომელიც გამუდმებით მუსირებს ქართულ მედიასივრცეში, ესაა მავანისთვის „რუსეთის ჯაშუშის“, „პუტინის მარიონეტის“ იარლიყის მიკერება და ქვეყნის განვითარების ვექტორის ჩრდილოეთისკენ ცვლილების დაუსაბუთებული ტირაჟირება. ხშირად ეს ანტირუსული პროპაგანდა ანტირუსულ ისტერიას ემსგავსება.

ჩემს მიერ შესწავლილ იქნა ძირითადი ტვ-არხების მთავარი საინფორმაციო გამოშვებები ა.წ. 22 იანვრიდან 30 იანვრის ინტერვალში. კვლევამ გვაჩვენა სურათი, რომელიც დაუკვირვებელი თვალისთვის ისედაც არაა უცხო: ჩვენი მედიის წამყვანი თემა მართლაც „კუდიანებზე ნადირობაა“. ამ პერიოდის განმავლობაში:

„მთავარის“ ცენტრალურ საინფორმაციო გამოშვებაში ხელისუფლებისა და „ქართული ოცნების“ მისამართით გაიჟღერა შეფასებამ „პუტინის მარიონეტი“ 67-ჯერ; ხელისუფლება და მისი ცალკეული წარმომადგენლები დადანაშაულებულ იქნენ რუსეთის ინეტრესების გატარებაში -19 ჯერ; ქვეყნის პრეზიდენტი მოხსენებულ იქნა რუსეთის ჯაშუშად - 8-ჯერ, თუმცა ჟურნალისტებს არ წარმოუდგენიათ ამ მოსაზრებების გასამყარებლად არანაირი წონადი არგუმენტი. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ პრეზიდენტის მიმართ ბრალდებები ამ მიმართულებით უპრეცედენტო რაოდენობით ისმოდა 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების კამპანიისას, განსაკუთრებით კი ოპონენტი ნაციონალური მოძრაობისა და მათი კანდიდატის, სწორედ რუსეთში მოღვაწე ექს-დიპლომატის გრიგოლ ვაშაძის მხრიდან. როგორც ჩანს, „გაღმა შეედავე - გამოღმა შეგრჩებაო“ პრინციპი კარგად აქვთ ათვისებული ნაციონალური მოძრაობის „ლიდერშიპში“.

2018 წლის საპრიზიდენტო არჩევნებისას „ნაციონალური მოძრაობის” ერთ-ერთი ლიდერი, სალომე ზურაბიშვილის ყოფილი კონკურენტი მთაწმინდის მაჟორიტარულ ოლქში ნიკა რურუა სალომე ზურაბიშვილს რუსეთის ღია გავლენის აგენტს უწოდებდა:

“პირი, რომელიც შეიძლება გამოიყენო უცხოელ წარმომადგენლებთან ფარული გავლენისთვის, რომელიც აყალიბებს საზოგადოებრივ აზრს ორგანიზაციებში, გავლენიან წრეებში, რათა ხელი შეუწყოს თავისი ქვეყნის მთავრობის მიზნების განხორციელებას, ან აქვს საშუალება კონკრეტულად იმოქმედოს ქვეყნის საგარეო პოლიტიკის მხარდასაჭერად, ასეთი პირი არის საიდუმლო აგენტი. მაგრამ არსებობენ ღია გავლენის აგენტები. სწორედ ასეთი აგენტია საპრეზიდენტო არჩევნებში „ქართული ოცნების“ მხარდაჭერილი კანდიდატი სალომე ზურაბიშვილი“, — აცხადებს „2020NEWS“-თან საუბარში „ნაციონალური მოძრაობის“ წევრი ნიკა რურუა.

“2020NEWS“-ის კითხვაზე, მას ცალსახად შეუძლია თუ არა იმის დადასტურება, რომ სალომე ზურაბიშვილი პუტინის კარის მსახურია, ნიკა რურუა პასუხობდა: „არ აქვს მნიშვნელობა, რა ჰქვია სალომე ზურაბიშვილს. ცხადი ერთი რამეა, რომ ის ახორციელებს რუსეთის ინტერესებს“.

„სალომე ზურაბიშვილი გასაიდუმლოებული აგენტი კი არა, რუსეთის აშკარა გავლენის აგენტია. თავისი გამოსვლებით ჩვენი ქვეყნისთვის ის არის სახიფათო

პრეცედენტი. ნინო ბურჯანაძე არის რუსული ორიენტაციის პოლიტიკოსი, მას აქვს ურთიერთობა რუსეთის პრეზიდენტთან, ხშირდაა მოსკოვის სტუმარი და ხვდება ვლადიმერ პუტინს. მაგრამ არ არის საშიში დღეს ნინო ბურჯანაძის პოზიცია. სახიფათოა სალომე ზურაბიშვილი, რადგან ის არის კანდიდატი საპრეზიდენტო არჩევნებში და საშინელ შედეგს მივიღებთ, თუ საქართველოს პრეზიდენტი გახდება," — აცხადებდა რურუა. [35]

იგივე სულისკვეთებით საქართველოს პრეზიდენტის მოხსენიება გაგრძელდა მისი არჩევის შემდგომაც, მთელი საპრეზიდენტო პერიოდის განმავლობაში. მაგალითად, 2020 წლის იანვარში ევროპის საბჭოს საპარლამენტო ასამბლეაზე სიტყვით გამოსვლის შემდგომ გაგრძელდა იგივე რიტორიკა.

„ახალი საქართველოს" ლიდერის გიორგი ვაშაძის შეფასებით, საქართველოს პრეზიდენტი სალომე ზურაბიშვილი რუსეთის გავლენის აგენტია. ვაშაძე ყოველგვარი არგუმენტაციის გარეშე პრეზიდენს საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების საფრთხედ მოიაზრებს და აცხადებს, რომ მას სირცხვილის გრძნობა ეუფლება ასეთი პრეზიდენტის გამო.

შეგახსენებთ, რომ სალომე ზურაბიშვილი სიტყვით გამოვიდა ევროპის საბჭოს საპარლამენტო ასამბლეაზე, სადაც მან სიტყვით გამოსვლისას განაცხადა, საქართველო მზადაა უმასპინძლოს რუსეთის დელეგაციას ევროსაბჭოს საპარლამენტო ასამბლეაზე, რომელიც მაისში იყო დაგეგმილი თბილისში. მისივე თქმით, ქვეყანა მათ მაინც მიიღებს, მიუხედავად იმისა, რომ დელეგაციის წევრებს დარღვეული აქვთ საქართველოს კანონი ოკუპირებული ტერიტორიების შესახებ." [36]

ერთია, როცა ბრალდებები, თუნდაც დაუსაბუთებელი, ისმის პოლიტიკური ოპონენტების მხრიდან და თვითმიზმნურად ხდება მავანისთვის იარლიყების მიწებება, მაგრამ სულ სხვაა, როცა ამას ხელს უწყობს მასმედია, ახდენს ამ ცრუ ინფორმაციის ტირაჟირებას, არ ცდილობს საქმის არსში ობიექტურად გარკვევას და არც ინფორმაციის დაბალანსებას.

საკვლევ პერიოდში, 2020 წლის 22 იანვრიდან 30 იანვრის ჩათვლით ტელეკომპანია რუსთავი2-ის მთავარ სანფორმაციო გამოშვებაში ხელისუფლება რუსეთი ინტერესების გატარებაში დაადანაშაულეს 65-ჯერ; საგარეო ვექტორის ჩრდილოეთით ცვლილების საფრთხეზე ისაუბრეს 34-ჯერ.

ასევე ტელეკომპანია „პირველში“ მსაგავსი რიტორიკა ისმოდა მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში: ტელეკომპანიის მთავარი საინფორმაციო გამოშვების განმავლობაში 73-ჯერ გაჟღერდა მსგავსი კონტენტი.

ამ მხრივ გამონაკლისად შეიძლება ჩაითვალოს ტელეკომპანია „იმედი“, რომელიც შემჩნეულია ხელისუფლებისადმი ლოიალობაში.

ზემოხსენებული თვალსაზრისით შედარებით დაბალანსებული საინფორმაციო გამოშვება აქვს საზოგადოებრივ მაუწყებელს.

ამრიგად, შეუიარაღებელი თვალისთვისაც კარგად ჩანს ტენდენცია, რომ ქართული მედიის დიდ ნაწილს დაუვიწყებია ჟურნალისტიკის მთავარის სტანდარტი – სანდოობა, მიუკერძოებლობა და ობიექტურობა, ნებსით თუ უნებლიედ ჩართულია „კუდიანებზე ნადირობის“ ამ მარათონში და ხდება ადამიანების მისამართით უსაფუძვლო ცილისწამებების აგორების მსუყე ასპარეზი; ბრალდებულმა კი მერე გინდაც დამაჯერებლად იმართლოს თავი – ცილისწამების „ვირუსი უკვე მოქმედებაშია“, რადგან „ვინც თავს იმართლებს ის უკვე სანახევროდ დამნაშავეა“.

7.2 დაფინანსება „კუდიანებზე ნადირობისთვის“

ალბათ ცალკე კვლევის საგანი უნდა გახდეს რამდენად უანგაროა მედიის მხრიდან ეს განცხადებული „კუდიანებზე ნადირობა“, თუ მას კონკრეტული მატერიალური დივიდენდები მოაქვს. ამ თვალსაზრისით საინტერესოა სრულებით ლეგალური დონაციები, რომლებიც კონკრეტული მიმართულებების დასაფინანსებლად შემოდის სხვადასხვა უცხოური წყაროებიდან. ასე, მაგალითად, 2018 წელს ნახევარი მილიონი დოლარით დაფინანსდა ე.წ. „რუსული პროპაგანდის“ წინააღმდეგ და ევროატლანტიკური ინტეგრაციის სიკეთეების შესახებ მედიააქტივობა საქართველოში:

აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტმა 2018 წელს 0,5 მილიონი დოლარი გამოუყო საქართველოს რუსული პროპაგანდის წინააღმდეგ საბრძოლველად და საქართველოს მთელი მასშტაბით მოსახლეობაში აღმზრდელობითი-საგანმანათლებლო სამუშაოების ჩასატარებლად, ევროინტეგრაციისა და ნატოში გაწევრიანების სიკეთეების განმარტების მიზნით.

პროექტი ითვალისწნებდა საქართველოს ყველა რეგიონში მიზნობრივ სეგმენტებთან – სახელმწიფო მოხელეებთან, მედიის წარმომადგენლებთან, თვითმმართველობის მუშაკებთან, ფერმერებთან, სტუდენტებთან და ა.შ შეხვედრების, სემინარების, დისკუსიების ორგანიზებას, მათში ინტეგრაციის პროცესების სიკეთეების შეგნების ამაღლებისა და რუსული პროპაგანდისტული ნარატივის დაძლევას. პროექტი ამავე მიზნით ითვალისწინებდა მედიაში აქტიურ ჩართულობას. [37]ანტირუსულ პროგანდასთან ბრძოლა ევრო-ამერიკული სტრუქტურების მუდმივ დღისწესრიგშია, რისთვისაც ყოველთვის მოინახება შესაბამისი ფინანსებიცა და ადგილებზე კონკტრეტულ დავალებათა შემსრულებლებიც, რომელთა მიზანია არა მხოლოდ ტრადიციული, არამედ სოციალური მედიის „რეგულირების“ მექანიზმების შემუშავებაც:

წარმოშობით პოლონელმა ევროპარლამენტარმა ანა ფოტიგამ კოლეგებს მოუწოდა, რომ ევროკომისიაში შეიქმნას სპეციალური განყოფილება, რომლის უშუალო ფუნქციაც იქნება რუსულ პროპაგანდასთან ბრძოლა, რისთვისაც ევროკომისიამ უნდა გამოყოს შესაბამისი რესურსები. უკვე 2018 წლის დასაწყისში ევროპარლამენტმა გამოყო 1,1 მილიონი ევრო რუსულ დეზინფორმაციასთან საბრძოლველად.

აღნიშნული ბრძოლის მეთოდოლოგიაში დიდი ყურადღება ექცევა სოციალურ მედიას, როგორც დეზინფორმაციის გამტარ ერთერთ დიდ არხს.

ანტირუსული პროპაგანდის წინააღმდეგ ბრძოლაში საკუთარი რესურსებით ასევე აქტიურად არიან ჩართული უცხოური კერძო კომპანიებიც:

მაგალითად, „ევროპული საქართველოს“ ერთერთი ლიდერის ელენე ხოშტარიას განცხადებით, ანტირუსული კამპანიის წინააღმდეგ ბრძოლაში მათ აქვთ დონორების მხარდაჭერა. ასევე ამ მხრივ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა Crowdfunding. revolution messaging, (სააგენტო, რომელიც რევოლუციურ იდეებს აფინანსებს; ვაშინგტონი) აქტიურად ეხმარებათ მათ ამ ბრძოლაში და აქვს კიდეც ამის შესაბამისი გამოცდილება. Croudfunding (შემოწირულობების შეგროვება) მოხდება მათ შორის ამერიკაში, — ამერიკის პოტენციალი ამ კუთხით არის ძალიან დიდი. ანუ, „პატარა სეგმენტში Croudfunding ამერიკაში შეიძლება ძალიან დიდი რესურსი იყოს ჩვენთვის,” — ამბობს ელენე ხოშტარია.“ [38]

ა.წ. 3 თებერვალს გაიმართა მრგვალი მაგიდა USAID (აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტო) ჩართულობითა და ხელისუფლების, ოპოზიციისა და არასათავრობო სექტორის მონაწილეობით. შეხვედრა მთლიანად მიეძღვნა ე.წ. ერთიანი ძალისხმევით რუსული პროპაგანდის წინააღმდეგ ბრძოლას, რომელსაც ცივილიზებულ ენაზე „დეზინფორმაცასთან ბრძოლა“ დაარქვეს.

ამრიგად, საერთაშორისო დონეზე არსებობს ძალიან სერიოზული მიმართულება, რომელიც ფლობს დიდი ფინანსურ და ადამიანურ რესურსებს და რომლის მიზანსაც წარმოადგენს ე.წ. რუსულ პროპაგანდასთან ბრძოლა და ეს ეხება არა მხოლოდ ტელევიზიებსა და პრესას, არამედ სოციალურ მედიასაც. მაგრამ უშუალოდ რა მოიაზრება ამ ბრძოლაში და ვისი გადასაწყვეტია შეფასებითი ნაწილი, ეს ისევ ისე ბუნდოვნად, ამორფულად და სუბიექტურად რჩება.

აქვე ალბათ ლოგიკურია აღვნიშნოთ, რომ ბრძოლის ობიექტი მხოლოდ ე.წ. „რუსული პროპაგანდაა“, მაგრამ, რასაკვირველია, არავის მოსდის აზრად და ვერც გაბედავენ, რომ ბრძოლა გამოუცხადონ, მაგალითად, „დასავლურ პროპაგანდას““ელიჯიბიტი იდეოლოგიას“; უფრო პირიქით: მაგალითად, 2019 ნოემბერში თბილისის კინოთეატრებში შედგა ელჯიბიტი თემატიკის ფილმის „და ჩვენ ვიცეკვეთ“ პრემიერა, რასაც ეწინააღმდეგებოდა საქართველოს საპატრიარქო და საზოგადოების ტრადიციული ღირებულებების მქონე ნაწილი. აღნიშნული მოვლენების შეფასებისას ქართული ტელემედიის დიდი ნაწილი ფილმის მოწინაღმდეგეებს ჰომოფობებს უწოდებდა. ამ მხრივ განსაკუთრებით გამოიჩინეს თავი „ტვ-პირველმა“ და მისმა ჟურნალისტებმა, მათ შორის თოქშოუების წამყვანებმაც, მაგალითად, დიანა ტრაპაიძემ.

7.3 „ჩიტი-ნიუსები“

არ შეიძლება მხედველობიდან გამოგვრჩეს მედიის ცალკეულ წარმომადგენელთა ერთგვარი უტიფრობა, როცა ისინი მათ მიერ გავრცელებული ინფორმაციების წყაროს დასახელებითაც არ იწუხებენ თავს და გაურკვეველ ანონიმურ წყაროებს იმოწმებენ, რის მერეც ძნელი გასარკვევი ხდება, მართლაც არსებობს ამგავარი წყარო, თუ ეს ინფორმაციები მავანის ბნელი ფანტაზიების

ნაყოფს წარმოადგენს. ზოგიერთი მედიასაშუალების მთელი რიტორიკა ამგვარ გაურკვეველ წყაროებს ეფუძნება. საკმარისია დავასახელოთ თუნდაც გაზეთი „ქრონიკა+“ და მისი რედაქტორი. ეს, ფაქტობრივად, ფეიკნიუსების სტანდარტად დამკვიდრების მცდელობაა.

7.4 „მტრის ხატი“ საერთაშორისო მედიაში

ამრიგად, ჩვენი სამეცნიერო კვლევის საგანია ქართული მედია გლობალიზაციის გამოწვევების პირისპირ და ფეიკნიუსი, როგორც საინფორმაციო ბრძოლის იარაღი გლობალიზაციის ეპოქაში. მაგრამ ეს ჩვენი კვლევა ვერ იქნება სრულყოფილი, თუკი ჩვენ არ მიმოვიხილავთ საერთაშორისო კონტექსტს და იმას, თუ რა ხდება ამ თვალსაზრისით მსოფლიო მედიაში.

მსოფლიოს უმსხვილესი მედია-სახლებისა და ჰოლდინგების წამყვანი თემებისთვის თვალის გადავლებაც საკმარისია, რომ აღმოვაჩინოთ საერთო სტრატეგია: „ცივი ომი“ კვლავაც ძალაშია და „მოსკოვი“ დასავლეთისთვის კვლავაც მთავარი სტატეგიული მოწინააღმდეგეა. ამიტომ მსოფლიო მასმედია აქტიურად მუშაობს რუსეთისგან „მტრის ხატის“ შექმნაზე.

უმსხვილესი მედიამაგნატები და ჰოლდინგები პერმანენტულად ავრცელებენ ინფორმაციას, რომ რუსეთის საიდუმლო სამსახურები და სადაზვერვო სამმართველოში მომქმედი დანაყოფები ახორციელებენ ოპერაციებს სხვადასხვა ქვეყნებში დესტაბილიზაციის ინსპირირების მიზნით, განსაკუთრებით ეს ევროპის სახელმწიფოებს ეხებათ. მსგავსი ინფორმაციების სისტემატიური ტირაჟირება შეიმჩნევა „ნიუ-იორკ თაიმსის“ გვერდებზე.

მსოფლიო მედიის გრანდები უფრო შორსაც წვიდნენ და თავად აშშ-ს პრეზიდენტი დაადანაშაულეს რუსეთთან ალიანსში, როცა აშშ საპრეზიდენტო არჩევნების წინ დონალ ტრამპი რუსეთთან ალიანსში დაადანაშაულეს და დაკითხვაზე პროკურატურაში დაიბარეს.

რუსეთი, მისი პოლიტიკურ ბატალიები და ასევე მის გარშემო პრობლემები ერთერთი ცენტრალური თემაა „ვაშინგტონ პოსტისთვის“.

მაგალითად, „ვაშინგტონ პოსტი“ წერდა, რომ მსოფლიოს დიდხანს მოუწევს ხელისუფლებაში რუსეთის მოქმედი და ახლადარჩეული პრეზიდენტების ტანდემის ხილვა, დიმიტრი მედვედევის მიერ პირდაპირ ეთერში მიცემულ ინტერვიუს კომენტირებისას. ამასთან, მედვედევის განცხადებებს არ დაუთმო ყურადღება არცერთმა სხვა უცხოურმა გამოცემამ.

გაზეთის აზრით, ბევრისთვის მოულოდნელი აღმოჩნდა მედვედევის პასუხი კითხვაზე, რა დროის განმავლობაში აპირებს მისი და ვლადიმერ პუტინის ტანდემი რუსეთის ხელისუფლებაში დარჩენას.

„ვურჩევ ყველას, მოთმინება მოიკრიბონ – ეს კიდევ დიდი ხნის მანძილზე გაგრძელდება“– განაცხადა მედვედევმა.

„ვაშინგტონ პოსტის“ თანახმად, მიუხედავად იმისა, რომ რუსეთში კორუფცია არნახულ მასშტაბებს იძენს, რუსეთის ხელისუფლება არ აპირებს რეფორმებში საქართველოსთვის მიბაძვას.“

ვაშინგტონ პოსტმა“ ვრცელი სარედაქციო წერილი მიუძღვნა ვლადიმერ პუტინის პერსონას:

„ბოლო 15 წლის განმავლობაში თავისი პრეზიდენტობის დროს ვლადიმირ პუტინს, მისივე თქმით, არ დაუშვია „გლობალური" ან „სტრატეგიული" შეცდომა. „ტასისითვის“ მიცემულ ინტერვიუში პუტინმა განაცხადა, რომ მას არასდროს მიუღია ისეთი გადაწყვეტილება, რომლის შედეგებსაც ვერ გათვლიდა, ხოლო თუკი რუსი გრძნობს, რომ მის მხარესაა სიმართლე, ის უძლეველი ხდება.

შესაძლოა, ამით პუტინს სურდა დაემშვიდებინა ქვეყნის მოსახლეობა, რომელიც შეშფოთებული იყო მოსალოდნელი სანქციებისა და ეკონომიკური კრიზისი გამო. ყოველ შემთხვევაში, პუტინის სტრატეგია ასეთია – იგი აცხადებს, რომ მას არავისი ეშინია, მათ შორის არც ვაშინგტონისა და ევროკავშირისა.

ამას ადასტურებს თუნდაც ბოლო ფაქტი, როცა პუტინმა ჯარები გაგზავნა აღმოსავლეთ უკრაინაში, მიუხედავად იმისა, თუ რა რეაქცია ექნებოდა ამაზე NATO–ს. როგორც ჩანს, ყირიმის ანექსიის შემდგომ მოსკოვს ახალი ამბიციები გაუჩნდა: მას სურს უფრო მეტი ტერიტორიის მითვისება, მათ შორის ვიწრო კორიდორისა ყირიმსა და რუსეთს შორის.

ამის პარალელურად აშშ–ს ვიცე–პრეზიდენტმა ჯოზეფ ბაიდენმა უკრაინას უარი უთხრა დამატებითი იარაღის მიწოდებაზე, რათა თავიდან აეცილებინა ზედმეტი

დაძაბულობა რუსეთთან. როგორც ჩანს, რუსეთთან ჭიდაობის პროცესში დასავლეთი უფრო მეტად დაიღალა, პუტინი კი ამის პარალელურად იმპერიალისტურ ამბიციებს უფრო იზრდის და იკმაყოფილებს.

„მე კმაყოფილი ვარ რუსეთის წინააღმდეგ დაწესებული სანქციებით"–ავსტრალიაში გამართულ პრესკონფერენციაზე განაცხადა პრეზიდენტმა ბარაკ ობამამ. ამასობაში რუსეთმა უკრაინასთან ზავის პირობები დაარღვია, რის საპასუხოდაც ევროკავშირმა მხოლოდ სიმბოლური ზომები მიიღო – არასასურველი პირების „შავ სიას" სულ რამდენიმე რუსი მოქალაქე დაამატა.

თუმცა ობამა აცხადებს, რომ მათ მიერ რუსეთის წინააღმდეგ დაწესებული სანქციები საკმაოდ კარგად მუშაობს, მაგრამ, როგორც ჩანს, ეს აშკარად არასაკმარისია, რათა ბატონმა პუტინმა შეწყვიტოს უკრაინაში ჯარის გაგზავნა, აფხაზეთის გაანთავისუფლოს და თავი ანებოს თავის „უძლეველად" გამოცხადებას." [39]

და არა მხოლოდ პუტინი და რუსეთი – მსოფლიოს უმსხვილესი მედიასახლების ერთერთი ძირითადი თემა – ისლამური სამყარო, ჩრდილო კორე და ჩინეთი არიან. ეს იდეოლოგიური ომის ნაწილია, რომელიც არცთუ იშვიათად მსოფლიოს ახალი გადანაწილებისა და ბუნებრივ რესურსებზე ნადირობის წინაპირობა არის ხოლმე.

ზოგადად, მსოფიოს უმსხვილესი მედიასახლებისა და ჰოლდინგების უკან ძალიან დიდი ფინანსური რესურსები დგას, რომლებიც სრულიად განსაზღვრული მიმართულებით მუშაობს: დასავლეთის ჰეგემონიის ქვეშ მიმდინარეობს გლობალიზაციის პროექტი, რომელსაც ეწინააღმდეგებიან რუსეთი, ისლამური, განსაკუთრებით შიიტური სამყარო და ჩინეთი, რომელსაც სასულიერო ანალიტიკოსები წმიდა წერილის თანახმად, „გოგსა და მაგოგს" უწოდებენ. მიმდინარე გლობალიზაციის პროექტი უნდა დასრულდეს აღსასრულთა ჟამის ახალი ბაბილონის გოდოლის მშენებლობით – საზღვრებს გარეშე ერთიანი მსოფლიო, ერთიანი ვალუტით, ინტეგრირებული ეკონომიკებით, აღრეული ერებითა და უკიდურესად განვითარებული კომუნიკაციებით, რასაც უნდა მოჰყვეს „წარწყმედის ძის" – ქრისტემტყუვარი ანტიქრისტეს აღზევება – აი, სწორედ ასეთია სასულიერო მოღვაწეთა შეფასება ჩვენი დროების შესახებ.

თუმცა მსოფლიო გრანდებს უყურადღებოდ არ რჩებათ ამგვარი მართლმადიდებლური სწავლებები და მათში საკუთარი ზრახვების იდეოლოგიურ მოწინააღმდეგეებს ხედავენ:

აშშ-ს პრეზიდენტმა დონალდ ტრამპმა დავოსის ფორუმზე, ფაქტობრივად, იდეოლოგიურ მოწინაღმდეგეებად შერაცხა ბიბლიურ აპოკალიფსზე მოსაუბრენი, ვინც მიმდინარე მოვლენებში ესქატოლოგიური დროის ნიშნებს შეიმეცნებს. ზესახელმწიფოს პრეზიდენტმა დირექტივა გასცა, შეწყვეტილ იქნას აღსასრულზე ქადაგებები და აპოკალიფსური წინასწარმეტყველებები.

7.5 ფეიკნიუსები მსოფლიოს ახალი გადანაწილების სამსახურში

როდესაც ვსაუბრობთ იმაზე, თუ როგორ შეიძლება, ფეიკნიუსებმა შეცვალონ მსოფლიო, ალბათ აუცილებლად უნდა გავიხსენოთ მაგალითი მსოფლიოს უახლესი წარსულიდან, თუ როგორ შეიჭრა 2003 წელს აშშ ერაყის სახელმწიფოს ტერიტორიაზე იმ ფეიკნიუსზე დაყრდნობით, თითქოს ერაყი აწარმოებდა ქიმიურ იარაღს, თუმცა ეს მოგვიანებით არ დადასტურდა, ამერიკის პრეზიდენტი ჯორჯ ბუშ უმცროსი კი მხოლოდ ბოდიშით შემოიფარგლა, მაშინ, როცა სამხედრო ოპერაციის შედეგად დაიღუპა 80 000 ადგილობრივი მოსახლე და უდიდესი ზარალი მიადგა ქვეყნის ეკონომიკას.

ამ კონტექსტში აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ პრეზიდენტ ბუშის ადმინისტრაცია, მასმედიის მხარდაჭერით, ერაყის ოპერაციამდე კარგა ხნით ადრე აზვიადებდა ერაყიდან მომდინარე საფრთხეებს, რათა შემდგომ უკვე გაემართლებინა ერაყის ტერიტორიაზე დაგეგმილი სამხედრო ინტერვენცია. ამის შესახებ თავად აშშ-ში დაფუძნებულმა არასამთავრობო ორგანიზაციამ „კარნეგის ფონდმა“ გამოაქვეყნა საანგარიშო მოხსნება.

ფონდის კვლევის თანახმად, ერაყის ომამდე პრეზიდენტ ბუშის ადმინისტრაცია გამუდმებით ახდენდა ერაყის სახელმწიფოდან მომდინარე საფრთხეების ტირაჟირებას, რაც მყის უარყო აშშ სახელმწიფო მდივანმა კოლინ პაუელმა, თუმცა ეს ფართო დისკუსიის საგანი გახდა. კერძოდ, აზრთა სახვადასხვაობა წარმოიქმნა იმასთან დაკავშირებით, საჭირო იყო თუ არა საერთოდ ერაყში ინტერვენცია.

„ერაყში მასობრივი განადგურების იარაღი – მტკიცებულებები და შედეგები“ – ასეთი სათაურის მოხსენება იქნა გამოქვეყნებული ორგანიზაციის მიერ ვაშინგტგტონში, სადაც ცალსახად იყო დასკვნა, რომ არ მოიპოვებოდა იმის მტკიცებულებები, რომ ერაყს ჰქონდა კავშირი მასობრივი განადურების იარაღთან და რომ ჰუსეინი იყო დაკავშირებული ალქაიდასთან. შესაბამისად, ეს მოხსენება ეჭქვეშ აყენებდა აშშ–ს ძალების ერაყში შეჭრის საჭიროებას.

მოხსენების ავტორები ასევე რეკომენდაციას აძლევდნენ თეთრ სახლს, უარი ეთქვა „2001 წლის 11 სექტემბრის მიერ შემუშავებული გამაფრთხილებელი სამხედრო ოპერაციების დოქტრინაზე.“ ამერიკელები თავს იმართლებდნენ იმით, რომ ერაყი ქიმიურ და ბიოლოგიურ იარაღს აწარმოებდა, თუმცა დღესაც კი არ არსებობს ამის რაიმე სახის მტკიცებულება.

„კარნეგის ფონდის“ დასკვნაში ცალსახად წერია, რომ ოფიციალური ვაშინგტონი ერაყის ომამდე მიზანმიმართულად აზვიადებდა ამ ქვეყნიდან მომდინარე საფრთხეებს, რათა გაემართლებინა ამ ქვეყანაში დაგეგმილი ინტერვენცია. [40]

ამრიგად, თანამედროვე გლობალურ სამყაროში თურმე შესაძლებელია, რომ დეზინფორმაციამ შეცვალოს არა მხოლოდ ცალკეული პიროვნებების, არამედ მთელი ქვეყნების ბედიც, რაც კიდევ ერთხელ გვარწმუნებს იმაში, თუ რაოდენ დიდი ძალა აქვს ინფორმაციას, მით უფრო, ყალბ ინფორმაციას, რომელიც მავანთა მიერ შეიძლება მიზანმიმართულად ვრცელდებოდეს კონკრეტული ვექტორის გასწვრივ და სრულებით ცალსახა მერკანტილურ მიზნების ემსახურებოდეს.

ჭეშმარიტად, საინფორმაციო ომების ებოქაში ინფორმაცია ერთერთი ყველაზე უფრო მძლავრი, გამანადგურებელი იარაღია.

7.6 ფეიკნიუსებთან ბრძოლა

სხვადასხვა ქვეყანაში ფეიკნიუსებს სხვადასხვაგვარად ებრძვიან. თუმცა დასაწყისშივე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ფეიკნიუსებთან ბრძოლა სულაც არაა საზოგადოების ყველა სეგმენტის ინტერესში. ამდენად, ზოგისთვის მიზანი ჭეშმარიტ

დეზინფორმაციასთან ბრძოლა, ზოგისთვის კი – დიამეტრალურად საპირისპირო – ფეიკნიუსების ტირაჟირებაა.

„სოციალური მედიის ანალიტიკოსის ჰამერის აზრით, სოციალური მედია საზოგადოებრივი აზრის მანიპულაციისთვის საუკეთესო გარემოა. ამას ხელს უწყობს სოციალური მედიის ის თვისება, რამ იგი თავისუფალ სივრცეს უქმნის საზოგადოებას. მომხმარებლების დაბალი წიგნიერების დონე პრობლემას ქმნის ციფრული ტექნოლოგიების თვალსაზრისით. ფეიკნიუსების ტირაჟირებას ასევე ხელს უწყობს ისეთი პლატფორმები, როგორებიცაა კომუნიკაციის პროგრამები (ტელეგრამი, ვაიბერი და ა.შ.), დახურული ჯგუფები სოციალურ ქსელებში, რაც ართულებს კვლევის ჩატარებას.

გერმანიაში ფაქტების გადამოწმების სპეციალური პლატფორმებისთვის (მაგალითად, Faktenfinder) მუშაობენ ექსპერტები. კაროლინ შვარცი ერთერთი მათგანია. მისი თქმით, "ტელეგრამი"გერმანიაში ყალბი ამბების გავრცელებისთვის ყველაზე აქტიურად გამოიყენება. ის სასაუბრო პლატფორმაა და მოკლებულია საჯაროობას, ამიტომ ამ კონტენტის კვლევა რთულია.

შვარცი ტვიტერზე დაკვირვებით გამოყოფს რამდენიმე შტრიხს, რაც გამოიყენება ყალბი ცნობების გავრცელებისთვის, ესენია: ყალბი ანგარიშები სოციალურ ქსელებში, ფოტომონტაჟები, ყალბი ვიდეოები ე.წ. დიფფეიკები (DeepFakes), ე.წ. თვითმხილველების პოსტები, ფაბრიცირებული დოკუმენტები, ციტატები, ე.წ. მეცნიერული დასკვნები, რომლებიც ყალბია და ა.შ.

ყალბი ინფორმაციის გამავრცელებელს, რომელიც ეხება ცნობილ ადამიანებს, შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა მოტივი, მაგალითად, ამომრჩევლების მობილიზაცია ან პირიქით, დემობილიზაცია, პოლიტიკური მოტივის შემთხვევაში. პოლარიზაცია, პოლიტიკური ოპონენტისთვის ზიანის მიყენება, და ა.შ. – ესაა მიზანი. არსებობდეს სხვა მოტივიც – ესაა მონეტიზაცია – იგივე იუთუბზე რაც უფრო მეტ მნახველს მიიზიდავს ყალბი ამბავი, მეტი ფულადი შემოსავლის მიღების შანსი უჩნდება მის ავტორს" – ამბობს შვარცი.

აუცილებელია საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება, ციფრულ ტექნოლოგიებში უფრო მეტად გარკვევა – აი, ესაა გზა დეზონფორმაციასთან ბრძოლისთვის. ასე ფიქრობენ ექსპერტები გერმანიიდან. მაგალითად, მოქალაქეებმა იცოდნენ, თუ როგორ უნდა შეამოწმონ, ფოტო ყალბია თუ არა, ასევე ვინ დგას ფეიკ ინფორმაციის

უკან და რა შეიძლება იყოს მისი მოტივაცია.

გერმანიაში 2017 წელს მიიღეს კანონი ინტერნეტ ქსელების გამოყენების შესახებ (NetzDG), რისი მიზანიც სოციალურ ქსელებში დეზინფორმაციასთან ბრძოლა იყო. ეს კანონი ავალდებულებს სოციალურ ქსელებს, მაგალითად ფეისბუკს, 24 საათის განმავლობაში საჩივარზე მოახდინოს რეაგირება და გააქროს სიძულვილის ენის შემცველი და ფეიკამბავი. ამასთან, ფეისბუკი ვალდებულია ამ თვალსაზრისით წარადგინოს კვარტალური ანგარიშები, ადგილობრივი კანონის შესაბამისად. წინააღმდეგ შემთხვევაში სოციალური ქსელი დაჯარიმდება და დაეკისრება სოლიდური ფინანსური სანქციები.

6 თვეში ფეისბუკის 2019 წლის პირველი კვარტლის ანგარიშის მიხედვით, მათ NetzDG-ის ფარგლებში 674 საჩივარზე მოახდინეს რეაგირება; ყველაზე მეტი - 370 საჩივარი შეურაცხმყოფელ პოსტებს ეხებოდა - ამოიშალა 140; ასევე წაიშალა ცილისწამების შემცველი ასეულობით საჩივრი.

„ორგანიზაცია "რეპორტიორები საზღვრებს გარეშე" ჯერ კიდევ მის მიღებამდეც აკრიტიკებდა ინტერნეტ ქსელების გამოყენების შესახებ კანონს (NetzDG). იგი მიიჩნევდა, რომ აღნიშნული კანონი შეიცავს საფრთხეებს, კერძოდ, გამოხატვის და მედიის თავისუფლების თვალსაზრისით. ჯულია ლეგნერის, ორგანიზაციის ბერლინის ოფისის წარმომადგენლის აზრით, კანონმა ვერ გადაწყვიტა ინტერნეტით ფეიკინფორმაციისა და სიძულვილის ენის ტირაჟირების საკითხი. სტატისტიკა აჩვენებს, რომ ხსენებული კონტენტის მოცულობა ინტერნეტ ქსელებში არაა შემცირებული."

მოლდოვაში სისტემატიურად ჩნდება ყალბი გვედები, რომლებიც გარკვეული მიზნებით საზოგადოებრივი ცნობიერიებით მანიპულირებენ, რისთვისაც იყენებენ ყველაზე უფრო სენსიტიურ, ფაქიზ ადამიანურ გრძნობებზე ზემოქმედების ხრიკებს. ასე მაგალითად jurnal-tv.legendary-new.info გამოაქვეყნა სიახლე იმის შესახებ, რომ მოლდოვეთიდან რუმინეთში გადაჰყავდათ 12 ბავშვი, ორგანოების ამოკვეთის მიზნით, თუმცა ამ ინფორმაციის წაკითხვა შესაძლებელი იყო მხოლოდ მას შემდეგ, რაც მკითხველი მოახდენდა აღნიშნული ინფორმაციის სოციალურ ქსელში გაზიარებას.

მსგავსი მექანიზმითვე ცდილობდნენ სხვა ფეიკინფორმაციის გავრცელებას პორტალიდან Pro-inside.website, სადაც საუბარი იყო ძალიან დიდი მასშტაბის

ხანძარზე, რომლის დროსაც საუკეთესო მოლდავური ღვინოები განადგურდა. სინამდვილეში კი ეს ინფორმაციაც ფეიკი იყო.

ამგვარი ინფორმაციების გავრცელება ხშირად ემსახურება სენსაციას მოწყურებული მკითხველის საიტზე შემოტყუებას, რაც კონკრეტული ფეიკპორტალებისთვის მატერიალური დივდენების მომტანი ხდება.

სულ სხვაა პოლიტიკურად ანგაჟირებული საიტების მიზანი, როცა ისინი სრულიად გამიზნულად ავრცელებენ ყალბ ინფორმაციას პოლიტიკური ოპონენტების წინააღმდეგ და ასე აქცევენ ფეიკინფორმაციას პოლიტიკური ბრძოლის მძლავრ იარაღად.

მოლდოვაში არსებობს კიბერდანაშაულთან ბრძოლის სპეციალური ქვედანაყოფი, რომელის საქმიანობის არეალი დანაშაულის ნიშნების შემცველ ფეიკინფორმაციებთან ბრძოლასაც მოიცავს.

ფეიკნიუსებთან ბრძოლის მიმართულებით ქართულ ტელესივრცეში გამორჩეულია ტელეკომპანია „იმედის" გადაცემა „არენა", რომლის ანონსი პირდაპირ ახდენს დეკლარირებას, რომ გადაცემის მიზანი სწორედ ყალბ ინფორმაციებთან ბრძოლაა, ამ ყალბი ინფორმაციების ტირაჟირება კი, ხშირ შემთხვევაში, ქვეყანაში არეულობის მოწყობასა და მღვრიე წყალში თევზის დაჭერას ემსახურება, რასაც სრულებით კონკრეტული პოლიტიკური ძალა უდგას სათავეში. მისი მიზანი აბსოლუტურად ცხადია: ფეიკნიუსები აქტიურად გამოიყენოს პოლიტიკური დივიდენდების მისაღებად.

ასე, მაგალითად, „კორონავირუსის" პანდემიის დროს განსაკუთრებით გამოჩნდა ლუგარის ლაბორატორიის მნიშვნელობა, რომლის დაარსებაზე ექსკლუზიურ უფლებას არავის უთმობდა ნაციონალური მოძრაობა და მისი სულისჩამდგმელი, საქართველოს ექსპრეზიდენტი მიხეილ სააკაშვილი, თუმცა გადაცემა „არენას" დამსახურებით ფართო მაყურებელმა გაიგო სიმართლე: ლუგარის ლაბორატორიის დაარსებას საფუძველი ჩაეყარა ედურად შევარდნაძისა და ბილ კლინტონის დროს 1997 წელს, ჩარჩო–ხელშეკრულების ხელმოწერით.

საქართველოში შედარებით ახალი პროდუქტია საინფორმაციო პორტალი „მითების დეტექტორი", რომლის დეკლარირებულ მიზანსაც სწორედ დეზინფორმაციასთან ბრძოლა წარმოადგენს, თუმცა სააგენტო ამას აკეთებს მხოლოდ ცალმხრივად, რასაც თავადვე ამხელენ საკუთარ საიტზე: მათი მიზანია

მხოლოდ რუსულ პროპაგანდასა და დეზინფორმაციასთან ბრძოლა, თუმცა სხვა მიმართულებიდან მომდინარე ცრუ ინფორმაციის მხილება მათ ინტერესებში არ შედის.

ფეიკნიუსებთან ბრძოლის თვალსაზრისით გამორჩეულია პორტალი factcheck.ge, რომელიც ჩვენს ძლიერ პოლარიზებულ მედიაგარემოში ცდილობს ფაქტების მიუკერძოებლად შესწავლასა და დასკვნების გამოტანას.

მაგალითად, factcheck.ge ყურადღებას ამახვილებს საქართველოს ექსპრეზიდენტის მიხეილ სააკაშვილის განცხადებაზე იმის შესახებ, რომ მისი მაართველობის დროს სახელმწიფო ბიუჯეტი გაიზარდა 10-ჯერ, „ქართული ოცნების" დროს კი ბიუჯეტი დოლარებში შემცირდა 8%-ით. პორტალის ეკონომიკური ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ 2003 წელს სახელმწიფო ბიუჯეტის შემოსავლები იყო დაახლოებით 566 მლნ დოლარი, ხოლო 2012 წელს – დაახლოებით 4 847 მლნ დოლარი. ამდენად, შემოსავლები დოლარებში ამავე პერიოდში 756%-ით, ანუ 8.6-ჯერ გაიზარდა, 2012 წლიდან დღემდე კი შემოსავლები – 3.2%-ით არის გაზრდილი.

ამის პარალელურად პორტალი დღევანდელი ხელისუფლების წარმომადგენლების ფეიკნიუსებზეც აქტიურად მუშაობს. ასე მაგალითად, იგი გამოეხმაურა ეკონომიკის მინისტრის ივანე მაჭავარიანის განცხადებას იმასთან დაკავშირებით, რომ სადღეისოდ უმუშევრობა ისტორიულ მინიმუმზეა დაყვანილი და გამოავლინა, რომ შრომისუნარიანი მოსახლეობის 56.7% იყო დასაქმებულ 2017 წელის მონაცემებით. აღნიშნული მაჩვენებელი 0.4 %-ით მეტი იყო 2016 წელს და შეადგენდა 57.1%-ს, 2015 წელს კი იგი დაახლოებით 57.4% -ს უდრიდა.

ამრიგად, პორტალმა გამოავლიანა, რომ საქართველოში შეიმჩნევა არა მხოლოდ უმუშევართა ზრდის დინამიკა, ასევე შრომისუნარიანი მოსახლეობის კლების ტენდენცია: 2015 წლიდან 2017 წლამდე პერიოდში ამ კლებამ 1 პროცენტი შეადგინა.

თავად google-ს აქვს ფუნქცია, რომელიც საშუალებას იძლევა ამათუ იმ მასალაში ატვირთული ფოტო იქნას შემოწმებული ინტენეტ სივრცეში, კერძოდ, იყო თუ არა ეს ფოტო გამოყენებული სხვა ვებსაიტის მიერ, რაც ერთი დამატებითი ხერხია, ყალბი ინფორმაციებისგან პრევენციისთვის.

დანართი N27

თუმცა, ზოგადად – ყალბი ინფორმაციები, დეზინფორმაციები, ფეიკნიუსები – მაინც გლობალურ პრობლემად რჩება, რაც ხან ქაოტურია, ხან კიდევ – სრულებით მიზანმიმართული და მართვადი, და კონკრეტულ მიზნებს ემსახურება.

ამდენად, კეთილსინდისიერი მედიასაშუალებისთვის, ისევე როგორც ცალკეული ჟურნალისტისთვის, პროფსიონალიზმის სტანდარტები კვლავაც უცვლელია – ესაა კეთილსინდისიერება, საიმედოობა და ოპერატიულობა, რაშიც ინფორმაციის უტყუარობას ერთერთი გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება.

8 ახლი ტერმინოლოგიის დანერგვა: ნაციონალური და „ზენაციონალური“ მედია

ნაშრომის დასკვნით ნაწილში ლოგიკურად მივდივართ დილემამდე: მედია უნდა იყოს ეროვნული ინტერესების სამსახურში, თუ უნდა ემსახურებოდეს რაღაც ბუნდოვან, ამორფულ, საიდანღაც თავსმოხვეულ „ზენაციონალურ“ „ღირსებულებებს“, მით უფრო თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქაში, როცა ისედაც რთულდება ეროვნული თვითმყოფადობის, ტრადიციებისა და ღირებულებების გადარჩენა. ამიტომ ჩემს დისერტაციაში შემომაქვს „ნაციონალური და ზენაციონალური მედიის“ ცნება.

სწორედ გლობალიზაციის ეპოქაში უმნიშვნელოვანესია, სწორად შევაფასოთ, რა ხდება მედიაში, განსაკუთრებით კი ტელემედიაში: რამდენად ემსახურება იგი საზოგადოებაში პატრიოტული გრძნობების აღზრდას; საეთერო ბადეში რამდენია პატრიოტიზმის გამაძლიერებელი, ისტორიული შინაარსის, საქართველოს რეგიონებზე, მათ ცხოვრებაზე, კულტურაზე, ბუნებაზე, დემოგრაფიული პრობლემების მოგვარებაზე ორიენტირებული და ა.შ. შინაარსის მქონე გადაცემები – ისეთი კონტენტი, რომელიც საზოგადოებაზე კეთილსასურველ ზეგავლენას მოახდენს, რათა ისედაც უკიდურესად დაპატარავებული ჩვენი ერი სრულებით არ

დაინთქას გლობალიზაციის წამლეკავ მორევში. მით უფრო ამ მორევში გადარჩენის ღირსია ერი, რომელმაც კაცობრიობას 14 დამწერლობიდან ერთერთი აჩუქა.

9 რეკომენდაციები

ჩემი რეკომენდაციით, უნდა იქნეს შემოღებული ჟურნალისტების ლიცენზირების პრაქტიკა, რომელიც არ იქნება სავალდებულო და კერძო მედიასაშუალებები იქნებიან თავისუფალნი საკუთარ გადაწყვეტილებაში – დაასაქმებენ ლიცენზირებულ თუ არალიცენზირებულ ჟურნალისტებს. სამაგიეროდ ეს ნაბიჯი გაზრდის მოტივაციას ჟურნალისტებში, რომ მათ გააცნობიერონ პასუხისმგებლობა საკუთარ საქმიანობაზე და მეტად იყვნენ პირნათელნი ღვთისა და ერის წინაშე. თუკი საზოგადოებაში არსებობს ექიმების ლიცენზირების პრაქტიკა, რომლებიც საზოგადოების წევრთა სხეულის ჯანმრთელობაზე ზრუნავენ, ასევე უნდა არსებობდეს მედიის ლიცენზირების საშუალებაც, მედიისა, რომელიც დიდწილად განსაზღვრავს საზოგადოების ავადობისა თუ სულიერი სიჯანსაღის ხარისხს.

სულ ახლახანს ჩვენ მოწმენი გავხდით ტელესივრცის არნახული ერთსულოვნებისა, როცა თითქმის ყველა ტელევიზიის განხილვის მთავარი თემა კორონაპანდემია გახდა – ეთერი იწყებოდა და მთავრდებოდა პანდემიის თემით. ამ კონტექსტში ალბათ სასურველი იქნება გავცეთ რეკომენდაცია, რომ ტელევიზიებმა ასეთივე საოცარი ერთსულოვნება გამოიჩინონ, „დასნეულდნენ პატრიოტიზმის პანდემიით" და პოპულარიზაცია გაუწიონ მარადიულ, ყავლგასუველ ღირებულებებს – სამშობლოს სიყვარულს, მისთვის თავდადებას, პირადი ინტერესების მსხვერპლად გაღებას სამშობლოს საკეთილდღეოდ, შობადობის

ზრდას, ქართული კულტური, ღირსშესანიშნაობების, ბუნების, რეგიონების, ენის, ტრადიციების პოპულარიზაციას და ა.შ., რაც იქნება კიდეც გლობალიზაციის წამლეკავ მორევში ჩვენი ერის გადარჩენის გარანტი.

ამ გადასახედიდან ცუდი არ იქნება, რომ თავად სახელმწიფომ შეიმუშაოს ღონისძიებათა ნუსხა, რომელიც კერძო მაუწყებლებისთვის იქნება მოტივაციის მიმცემი, რათა ისინი იყვნენ დაინტერესებული საკუთარ საეთერო ბადეებში ზემოთხსენებული შინაარსის კონტენტის დანერგვით. სახელწიფოს მხრიდან ეს შეიძლება იყოს სპეციალური ფონდების შექმნა, რომლებიც საკონკურსო საწყისებზე მოახდენენ აღნიშნული მიმართულების მატერიალურ სტიმულირებას.

დასკვნა

წინამდებარე ნაშრომში ჩვენ ვეცადეთ განგვეხილა თანამედროვეობის უდიდესი გამოწვევა – გლობალიზაცია, რომელიც დიდწილად განსაზღვრავს არა მხოლოდ კაცობრიობის ბედს, არამედ ასევე ცვლის ქვეყნებისა და თითოეული ადამიანის ყოველდღიურობას – ეკონომიკას, პოლიტიკას, სოციოლოგიას, კომუნიკაციებსა და შესაბამისად, ინფორმაციის მოპოვებისა და გავრცელების თანამედროვე მეთოდებსა და ტექნოლოგიებს, რაც იყო კიდეც ჩვენი კვლევის საგანი.

- რა მთავარი ნიშნებით ხასიათდება გლობალიზაციის ეპოქა;
- როგორია ჟურნალისტიკის როლი გლობალიზაციის ეპოქაში, როცა ხშირად ნაციონალური ინტერესები ეჯახება ე.წ. ზენაციონალურ ღირებულებებს;
- რა ზეგავლენას ახდენს იგი თანამედროვე მასმედიაზე;
- როგორი უნდა იყოს ჟურნალისტიკა გლობალიზაციის გამოწვევების პირისპირ და სინამდვილეში რა სურათია ამ თვალსაზრისით;
- რა ფაქტორები ახდენს გავლენას მედიაზე და სუბიექტურია თუ ობიექტური მათი წარმომავლობა;
- ახდენს თუ არა მედია ფასეულობათა გაყალბებასა და გადაფასებას გლობალიზაციის ეპოქაში;
- არის თუ არა იგი პოლიტიკური ბრძოლის იარაღი და რამდენად ცვლის მსოფლიოს ფეიკნიუსები და მათი გამტარი მედია – აი, იმ კითხვების არასრული ჩამონათვალი, რომელზე პასუხის გაცემასაც შევეცადეთ ჩვენი კვლევის ფარგლებში.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ბევრი ანალიტიკოსის აზრით, გლობალიზაცია პატარა ერებს შთანთქმით, ხოლო მათ თვითმყოფადობას – გადაგვარებით ემუქრება. ეს კი განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია ქართველებისთვის, რომელთაც ყოველივე უცხოს „საუცხოო“ ვუწოდეთ, რაც ქმნის იმის საშიშროებას,

რომ საზღვრებს გარედან შემოტანილი ნებისმიერი სიახლე ოვაციებით მივიღოთ და ყოველგვარი სელექციის გარეშე დავამკვიდროთ ქართულ სინამდვილეში.

ბევრი თანამედროვე მოაზროვნის აზრით, გლობალიზაცია – თანამედროვე ბაბილონის გოდოლია, რომელსაც მიზნად დაუსახავს კაცობრიობის ისტორიაში ხალხთა უპრეცედენტო ერთობის ჩამოყალიბება. ანალიტიკოსების ნაწილის აზრით, იგი ობიექტური პროცესია, რომელიც მეცნიერულ–ტექნიკური პროგრესის და მისი თანმსდევი – კომუნიკაციების უკიდურესი განვითარების ლოგიკური შედეგია. თუმცა დიდია იმ მოაზროვნეთა და მკვლევართა რიცხვი, რომლებიც გლობალიცაზიის გამალებული პროცესის უკან კონკრეტულ სუბიექტურ ფაქტორებს ჭვრეტენ, ასეთივე ზუსტად განსაზღვრული, კონკრეტული მიზნებით, მოტივაციით, ტაქტიკითა და სტრატეგიით. ამ მოსაზრებას იზიარებენ რიგი სასულიერო მოღვაწენიც, რომელთა განმარტებით გლობალიზაციის პროცესს ღრმა რელიგიური ასპექტები გააჩნია და სამყაროს ესქატოლოგიურ განზომილებას უკავშირდება.

ასეა თუ ისე, ერთზე თითქმის ყველა თანხმდება: გლობალიზაციას, ისე როგორც მედალს, ორი მხარე აქვს და მისი კვლევისას მხედველობიდან არ უნდა გამოგვრჩეს როგორც დადებითი ასპექტები, ასევე დიდი საფრთხის შემცველი მისი უარყოფითი მხარეები, მედიის, როგორ პირუთვნელი მედიატორის ფუნქცია კი სწორედ ისაა, რომ საზოგადოებას მიაწოდოს ობიექტური, არატენდენციური ინფორმაცია ნებისმიერი მოვლენის დადებითი და უარყოფითი მხარეების შესახებ.

კვლევამ გვიჩვენა შემდეგი სურათი: მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში – 2020 წლის 12–დან 21 მარტის ჩათვლით – ძირითად სატელევიზიო არხებზე არ ყოფილა სიტყვა „გლობალიზაციის“ ხსენება, მაშინ როცა ამ თემაზე უნდა იმართებოდეს სატელევიზიო დებატები, ეწყობოდეს ე.წ. თოქშოუები, მზადდებოდეს ანალიტიკური გადაცემები, რომლებიც მაყურებელს გლობალიზაციისა და თვითმიზნად ქცეული ინტეგრაციის ავკარგიანობაში გაარკვევს და სწორ ორიენტაციასა და არჩევანის გაკეთებაში დაეხმარება.

მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში ძირითად სატელევიზიო არხებზე არ იყო ასევე სიტყვა „სამშობლოს“ ხსნება. მან მხოლოდ რამდენჯერმე გაიჟღერა საზოგადოებრივი რადიოს ეთერში, თამაზ ტყემალაძის საავტორო გადაცემაში „ლიტერატურული საუბრები.“

პარალელურად მთელი საკვლევი პერიოდის განმავლობაში სტატისტიკური მეთოდით დავთვლე ძირითად სატელევიზიო არხებზე შედარებით ახალი, საერთაშორისო „ღირებულებების“ – „სამოქალაქო საზოგადოების“, „მოქალაქის“, „ადამიანის უფლებების“ და „უმცირესობათა უფლებების“ ხსენების რაოდენობა:

„ტვ-იმედზე“2018 წლის 5 ივლისიდან 12 ივლისამდე პერიოდში ამ ტერმინების ჯამურმა რაოდენობამ რვა საათიან მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში „ქრონიკა“ შეადგინა 41; “რუსთავი2“-ის ცხრა საათიან მთავარ საინფორმაციო გამაშვებაში „კურიერი“ ამ რიცხვმა ჯამურად შეადგინა 47; საზოგადოებრივი მაუწყებელის პირველი არხის ცხრა საათიან მთავარ საინფორმაციო გამოშვებაში „მოამბე“ ამ რიცხვმა ჯამურად შეადგინა 29.

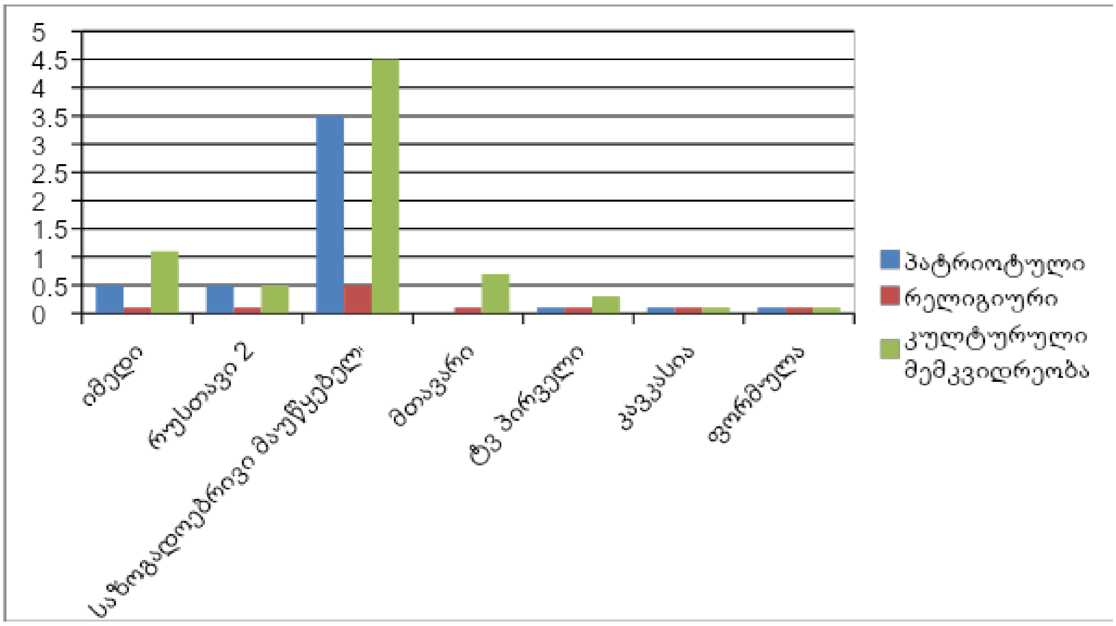
ერთი შეხედვით, ერთკვირიანი ინტერვალის თვალსაზრისით, მიღებული მონაცემები არაა დიდ რიცხვებში წარმოდგენილი, თუმცა იმის გათვალისწინებით, რომ პარალელურად თითქმის არ ხდებას იტყვების - „სამშობლო“, „პატრიოტი“, „სამშობლოსთვის თავგანწირვა“ - ხსენება, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ სახეზეა საზოგადოებრივი ღირებულებების თანდათანობითი ტრანსფორმაციის პროცესი, რომლის ავანგარდშიც სწორედ ქართული ტელემედიაა, ამ პროცესს კი სრულებით კონკრეტული დამკვეთიჰყავს, გლობალიზაციის თანამედროვე პროცესისა და მისი მთავარი აქტორების სახით.

წინამდებარე კვლევის ფარგლებში ჩვენს მიერ ასევე შესწავლილ იქნა ძირითადი სატელევიზიო არხების საეთერო ბადეები, იმის გამოსავლენად, თუ მათში რა მოცულობითაა საზოგადოებაში პატრიოტული სულისკვეთების გამაძლიერებელი გადაცემები: საქართველოს ისტორიაზე, ეკლესია-მონასტრებზე, რელიგიაზე, კულტურულ მემკვიდრეობაზე, ბუნებასა და ღირსშესანიშნაობებზე, არაქართული მოსახლეობისთვის კი ისეთი ტელე-პროგრამები, რომლებიც მათში სახელმწიფოებრივ თვითშეგნებას აამაღლებს და გააძლიერებს ერთიან სახელმწიფოებრივ აღმშენებლობაში თანამონაწილეობის სურვილს.

კვლევამ გვიჩვენა სავალალო სურათი: ტელეკომპანიების „იმედის“, „რუსთავი2“-ის, „მთავარის“, „ტვ პირველის“, „კავკასიის“, „ფორმულას“ ეთერში სრულებით არაა აღნიშნული მიმართულების გადაცემები. ამ მხრივ შედარებით ბედნიერ გამონაკლისად უნდა მივიჩნიოთ საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომლის

საეთერო ბადეში დაახლოებით ათეული ისტორიულ–კულტურის მიმართულების გადაცემაა, თუმცა ეს გადაცემები მოიცავს საქართველოს ისტორიისა და კულტურის რაღაც სეგმენტს და არ გააჩნია მრავალხრივი მიმართულება. ალბათ უპრიანია აქვე აღვნიშნოთ, რომ სწორედ საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა, მაყურებლის პროტესტის ფონზე, სრულებით არაარგუმენტირებულად დახურა დიდი რეიტინგის მქონე პატრიოტული მიმართულების ისტორიული პროექტი „გააგრძელე საქართველოს ისტორია“, რომელიც სწორედ ფართო ისტორიულ რაკურსში ახდენდა ჩვენი საამაყო ისტორიული წარსულის პოპულარიზაციასა და საზოგადოებაში პატრიოტული სულისკვეთების აღზრდას.

თუკი დიაგრამაზე პატრიოტული გადაცემების წილს შევუფარდებთ სრულ საეთერო დროს, დაახლოებით მივიღებთ ასეთ სურათს:



როგორც ვხედავთ, ტელევიზიების უმრავლესობაში პატრიოტული სულისკვეთების პოპულარიზაციის თვალსაზრისით სრული ვაკუუმია.

ამრიგად, ჩვენი კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა, რომ პატრიოტული სულისკვეთება თითქმის სრულებითაა განდევნილი ქართული ტელესივრციდან, თუ

არ ჩავთლით ერთეულ გადაცემებს, რომლებსაც „ბედნიერი გამონაკლისები“ ვუწოდეთ. ლოგიკურად იბადება კითხვა: მაშ რა ფასეულობებს ამკვიდრებს ქართული მედია გლობალიზაციის ეპოქაში იმ მარადიული ღირებულებების სანაცვლოდ, რომლებიც გვიანდერძეს ჩვენმა ღირსეულმა წინაპებმა და რომელთადმი ერთგულებამაც შეგვინარჩუნა ეროვნული იდენტობა, თვითმყოფადობა, სარწმუნოება, ენა, ტრადიციები და ეს ერთი მუჭა ერი მოგვიყვანა დღევანდელ დღემდე, მაშინ როცა პირისაგან მიწისა აღიგავა უამრავი ძლიერი ცივილიზაცია, რომლებიც თავის დროზე შიშის ზარს სცემდნენ მთელ მსოფლიოს?!

წინამდებარე კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა სურათი: მე-20 საუკუნემ კაცობრიობას ტრადიციულის ნაცვლად თავს მოახვია სულ სხვა თანამედროვე, მოდური ღირებულებები: ადამიანის უფლებები და ძირითადი თავისუფლებები, რომლებიც განმტკიცებულია უამრავი საერთაშორისო კონვენციით, დეკლარაციითა და ქარტიით. ამ საერთაშორისო დოკუმენტებში საუბარია სხვადასხვა სოციალური ჯგუფებისა თუ ინდივიდების უფლებსა და თავისუფლებებზე, თუმცა არსად არაა საუბარი მათ პირად თუ კოლექტიურ პასუხისმგებლობაზე საკუთარი ქვეყნის მიმართ, მასმედია კი, მათ შორის, ქართული ჟურნალისტიკა, როგორც ყურმოჭრილი მონა, მიჰყვება ამ გლობალურ ტენდენციებს და თვლასა და ხელს შუა ახდენს ფასეულობების აღრევას, გაყალბებასა და გადაფასებას.

ასე, მაგალითად, სამშობლოს ცნების ნაცვლად მედიამ თანდათან დაამკვიდრა სამოქალაქო საზოგადოება, პატრიოტის ნაცვლად – მოქალაქე, ქვეყნისადმი თავგანწირული მსახურების ნაცვლად კი – უმცირესობების უფლებები.

ჩვენი კვლევის ფარგლებში გავარკვიეთ, თუ რამდენად უანგაროა ქართული მედიის მხრიდან ფასეულობების ამგვარი ტრანსფორმაცია: აღმოჩნდა, რომ რიგი საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციები სოლიდური დაფინანსების სანაცვლოდ ქართულ მედიას პირდაპირ და არაორაზროვნად უსახავენ ვექტორებს, თუ რა თემები უნდა გააპიარონ და რა თემები დაბლოკონ ტვ-სივრცეში.

კვლევამ აჩვენა, რომ ქართული მედიის დაფინასებასა და მისთვის პრიორიტეტების განსაზღვრაში ასევე აქტიურადაა ჩართული ისეთი სკანდალური რეპუტაციის მქონე ორგანიზაციაც, „როგორიცაა ღია საზოგადოება – საქართველო“ („სოროსის ფონდი“).

კვლევის ფარგლებში, აღმოჩნდა, რომ, მაგალითად, ევროკავშირიდან გადმორიცხული 4,8 მილიონი ევროს ტრანშით ქართული მედიის წამყვან საშუალებებს დაევალათ, საქართველოს მოსახლეობა შემწყნარებელი გაეხადათ მიგრაციული პროცესების მიმართ. შესაბამისად, ქართულმა მედიამ სრული სოლიდარობა გამოიჩინა გაეროს მიგრანტების პაქტის, უცხოელებზე მიწის გაყიდვის, მათთვის ბინადრობისა და მოქალაქეობის მინიჭების საპროტესტო აქციების დაბლოკვისას, სამაგიეროდ პირდაპირ ეთერში აშუქებდა ელჯიბიტი თემის მცდელობას, 26 მაისს ჩაეტარებინა გეი მსვლელობა. ქართულმა მედიამ ასევე ერთსულოვანი სოლიდარობა გამოიჩინა გეი წყვილის „სასიყვარულო" დრამის – „და ჩვენ ვიცეკვეთ" პრემიერის პოპულარიზაციისას, ამ პრემიერის მოწინააღმდეგე ტრადიციების ერთგული აქციის მონაწილეები კი ჰომოფობებად შერაცხა.

მედია – მეოთხე ხელისუფლებაა; ასე მიიჩნევა საინფორმაციო ომების ეპოქაში და სამართლიანადაც. ამდენად, ჩვენი კვლევა ვერაფრით აუვლიდა გვერდს მედიის გავლენას პოლიტიკური პროცესის ფორმირებაზე – არის თუ არა გლობალიზაციის ეპოქაში მედია პოლიტიკური ბრძოლის იარაღი. როგორც აღმოჩნდა, საარჩევნო კანონმდებლობა ისეა მოწყობილი, რომ პოლიტიკურ წრეზე გაუთავლებლად ერთიდაიგივე სუბიექტებმა იტრიალონ, ახალ, არადისკრედიტებულ ძალებს კი თითქმის არ ეძლევათ პოლიტიკურ ველზე შესვლის საშუალება. კერძოდ, კანონმდებლობა ბიუჯეტის დაფინანსებას და საინფორმაციო მხარდაჭერას მხოლოდ ე.წ. კვლიფიციურ სუბიექტებს ანიჭებს, პრაქტიკა კი აჩვენებს, რომ ამ ორი გადამწყვეტი ფაქტორის გარეშე პოლიტიკური წარმატების მიღწევა შეუძლებელი ხდება. ასე, მაგალითად, ერთიდაიგივე პიროვნებამ – ლადო კახიძემ ერთსადაიმავე საარჩევნო უბანზე ორ არჩევნებზე 10-ჯერ მეტი სხვაობა აჩვენა იმის გამო, რომ ერთ შემთხვევაში სარგებლობდა საინფორმაციო მხარდაჭერით, როგორც ხელისუფლების წარმომადგენელი, მეორე შემთხვევაში კი – არა. ამდენად, მედიასაშუალებების ფლობა, მათი მხრიდან სუბიექტივიზმი, მიკერძოება, პოლიტიკური კონიუქტურისადმი მორჩილება უტოლდება პასუხისმგებლობას სახელმწიფოს ბედზე, რამეთუ მეოთხე ხელისუფლებას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს პირველი ორი სახელისუფლებო შტოს ფორმირებისას.

და არა მხოლოდ ეროვნული ხელისუფლების ფორმირებისას – როგორც წინამდებარე კვლევამ აჩვენა – ინფორმაცია შეიძლება უმძლავრეს იარაღიად იქცეს

კაცობრიობის ბედის ფორმირებასა და მსოფლიოს ახალი გადანაწილების საქმეშიც. ასე, მაგალითად, ჯორჯ ბუში – უფროსის მმართველობისას მსოფლიო მედიაგრანდები სისტემატიურად უკეთებდნენ ტირაჟირებას ფეკ ინფორმაციას, თითქოს ერაყი აწარმოებდა ქიმიურ იარაღს, რაც საფუძვლად დაედო აშშ-ს ერაყში ინტერვენციას. შედეგად კი აღმოჩნდა, რომ ეს იყო ცრუ ინფორმაცია და აშშ-ს პრეზიდენტი მხოლოდ დელიკატური ბოდიშით შემოიფარგლა, როცა მიწასთან გასწორდა ბიბლიური ბაბილონი – თანამედროვე ერაყი, მოიშალა ქვეყნის ეკონომიკა და განადგურდა 100 000-ზით ადამიანი.

ამრიგად, ინფორმაცია არის ძალა; ინფორმაცია არის იარაღი და არანაკლებ ძლევამოსილი, ვიდრე ბირთვული თუ ბაქტერიოლოგიური. შესაბამისად, ვინც ფლობს ინფორმაციის ძირითად საშუალებებს, მას აქვს ძალაუფლებაც. კეთილსინდისიერი მედიის მხრიდან ინფორმაციის ობიექტურად განკარგვას საზოგადოებისთვის უდიდესი სიკეთის მოტანა შეუძლია ჩვენთვის საინტერესო გლობალიზაციის ეპოქაშიც: მედიას შეუძლია და ვალდებულიცაა, მეტად ინფორმირებული გახადოს საზოგადოება თანამედროვე გლობალიზაციის შემოთავაზებებზე და არნახული მასშტაბის ინტეგრაციულ პროცესებზე, თუ რისი მიღება ღირს და რა უნდა უკუვაგდოთ გლობალიზაციის მენიუდან. თუმცა, სამწუხაროდ, ქართული მედია ხშირ შემთხვევაში მრუდე სარკის ეფექტს ახდენს და ვერ ახდენს ადექვატურ რეაგირებას დღევანდელ გამოწვევებზე.

ამ კონტექსტში ალბათ უპრიანია ვახსენოთ სამყაროს ბოლოდროინდელი განსაცდელი, როცა COVID 19 -ის პანდემიამ სახლში გამოკეტა მთელი კაცობრიობა. როგორც ამბობს ჩვენი ეკლესიის ბრძენი საჭეთმპყრობელი, გლობალიზაცია შეუცქცევადი პროცესია და მას ვერავინ შეაჩერებს, მაგრამ მისი შემოთავაზებებიდან ჩვენ უნდა მივიღოთ ყველაფერი ის საუკეთესო, რისი მოცემაც მას შეუძლია, დანარჩენი კი უნდა უკუვაგდოთ. პატრიარქის სიტყვების დასტურად კი პანდემიის დროს სხვადასხვა ქვეყნების ჯანდაცვის სისტემებს შორის თანამშრომლობა გამოდგება, როცა მედიკოსები ეროვნების და საზღვრების მიუხედავად სოლიდარული იყვნენ ერთმანეთის მიმართ და ერთობლივად ებრძოდნენ უხილავ მტერს – ესაა გლობალიზაციის სიკეთეების ერთერთი თვალსაჩინო მაგალითი. იტალიელ ექიმებს ვერაგ სენთან ბრძოლაში მხარში დაუდგნენ ჩინელი, რუსი და კუბელი მეცნიერები.

საქართველოში პირველი ინფიცირებულის აღმოჩენაში წვლილი შეიტანეს აზერბაიჯანელმა კოლეგებმა, როცა ინფიცირებული ადამიანის მიერ აზერბაიჯანი-საქართველოს საზღვრის კვეთაზე წინასწარ შეატყობინეს ქართულ მხარეს.

ეს კონკრეტული მაგალითები გამოდგება გლობალიზაციის პოზიტიურ მხარეებზე საუბრისას, თუმცა იგივე პანდემიის დროს ქვეყნების საზღვრების გამარტივებამ და ინფიცირებული ადამიანების მარტივმა მიგრაციამ ქვეყნიდან ქვეყანაში საბედისწერო როლი ითამაშა ინფექციის სწრაფ გავრცელებაში მთელი პლანეტის მასშტაბით.

აი, ესაა იმის თვალსაჩინოება, თუ როგორ აქვს გლობალიზაციას, როგორც მედლს ორ მხარე – პოზიტიურიც და ნეგატიურიც. სწორედ ეს სინამდვილე უნდა აისახებოდეს ქართულ მედიაში, როგორც პირუთვნელ სარკეში, საზოგადოების სწორი ინფორმირებისა და ადექვატური რეაგირებისთვის, თუმცა დღესაც არ კარგავს აქტუალობას დიდი ილიას მიერ მწარე ირონიით დასმული კითხვა: რა გითხრათ, რით გაგახაროთო...

და კიდევ ერთიც: ჩვენ ვიხილეთ ქართული მედიის საოცარი ერთსულოვნება კორონა-პანდემიის წინააღმდეგ ბრძოლაში; ფაქტიურად, COVID-19 ის თემამ სრულიად „გადაყლაბა" ყველა დანარჩენი – მან აბსოლუტურად დაიპყრო მთელი საინფორმაციო სივრცე. ამასთან დაკავშირებით აუცილებლად უნდა ითქვას: მედიასაშუალებებს ასეთივე თუ არა, ოდნავ მაინც მიახლოებული ერთსულოვნება რომ გამოეჩინათ გლობალიზაციის პირისპირ მარადიული ღირებულებების – პატროტიზმის, სამშობლოსადმი თავდადების, მისდამი უანგარო მსახურების პიარის თვალსაზრისით – ივერია ნამდვილად გაბრწყინდებოდა.

ამდენად, საჭიროდ მივიჩნიე, ჟურნალისტიკაში შემომეტანა ახალი ცნებები – „ნაციონალური და ზენაციონალური მედია", ანუ მედია, როგორც ეროვნული ინტერესების მსახური და მედია, რომელიც ერთი შეხედვით სრულიად გაურკვეველ სტანდარტებს ამკვიდრებს და რაღაც ამორფულ, ეროვნულობისგან დაცლილ ინტერესებს ემსახურება. და ვაი მას, ვინც ჭეშმარიტებას არ ემსახურება, რამეთუ თავად ჭეშმარიტება ბრძანებს: მე ვარ გზა, ჭეშმარიტება და სიცოცხლე... და ვაი იმ კაცს, ვისგანაც მოდის საცდური!

წმიდა წერილით დავიწყეთ წინამდებარე ნაშრომი და წმიდა წერილითვე ვასრულებთ.

გამოყენებულილიტერატურა:

1. Okinawa Charter on Global Information Society. July 21, 2000:5;
2. Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage. 2006. – P. 14-27;
3. Steger, M. B. Globalization: A very short introduction.Oxford: Oxford University. 2009. – P. 4-6;
4. Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage. 2006. – P.14 -26;

5. Webster F. Theories of information society. NY Basic books, 2000;
6. Runaway World. How Globalisation is Reshaping our Lives. Anthony Giddens,2004;
7. Social Science for the Twenty-First Century University of Minnesota Press Minneapolis London,2014;
8. Castells, M. Materials for an exploratory theory of the network society. British Journal of Sociology, 51(1), 2000. – P.5-24. Waters, M. Globalization. – London: Routledge. 1995. – 337p. 143;
9. Gupta, A. K., Govindarajan, V. Guest for global dominance: Building global presence. Retrieved from http//www.bmgt.umd.edu/cib/wplist.htm/Hall, E. T. Beyond culture. – New York, NY: Doubleday. 1976. – P.78-90;
10. Chen. G. M. A model of global communication competence. – China Media Research, 2005. –P. 1, 3-11;
11. Qian, H., & Scott, C. R. Anonymity and selfdisclosure on weblogs. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 2007. – P.1428-1451; Rantanen, T. The media and globalization. Thousand Oaks, CA: Sage. 2006. – P. 34 -45;
12. Chen, G. M., & Zhang, K. New media and cultural identity in the global society. In R. Taiwo(Ed.), Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction. Hershey, PA: Idea Group Inc. 2010. – P.801-815;
13. Media and Ideology“. Media/Society: Industries, Images, and Audience. London: Pine Press, 2000;
14. Larrain J. Ideology and Cultural Identity: Modernity and the Third World Presence. London: Polity Press, 1994;
15. Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge, UK: Polity Press, 1994;
16. Schudson M. The Power of News. Cambridge, ma: Harvard University Press, 1995;
17. Tester K. Media, Culture and Morality. London: Routledge, 1994;
18. McLuhan M. Media is a message. Toronto, London: 1967;
19. McLuhan M. Understanding Media. The Extansions of Man. Mass.: The mit Press, 1994 ;
20. War and Peace in the Global Village. — N.Y.: Bantam, 1968;
21. Davis H., Walton P. (eds.) Language, Image, Media. London: Sage Publications, 1983;

22. ჭედია ბ. მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში; სადისერტაციო ნაშრომი ფილოსოფიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად, თბილისი, 2009.
23. ჯორჯიაშვილი მ. – „ნეირო-ლინგვისტური პროგრამირება (ნლპ) – მითი თურეალობა";https://edu.aris.ge/news/neirolingvisturi-programireba-nlp-miti-tu-realoba-nawili-1.html ; უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული27.06.2020;
24. https://1tv.ge/news/gordon-brauni-msoflio-liderebs-mouwodebs-kovid-19-it-gamowveuli-krizisis-dasadzlevad-droebiti-globaluri-mtavroba-sheqmnan/უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული01.05.2020;
25. http://www.tabula.ge/ge/story/56567-uol-stritis-okupacia-vs-chais-tsveulebaუკანასკნელად იქნა გადამოწმებული03.05.2020;
26. წულაია თ. – „გლობალიზაცია – „პრობლემა" თანამედროვე მსოფლიოში" http://intermedia.ge/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%90/53057-%E1%83%92%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%91%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%90-%E1%83%9E%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%91%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%9B%E1%83%90-%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%93%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%95%E1%83%94-%E1%83%9B%E1%83%A1%E1%83%9D%E1%83%A4%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%9D%E1%83%A8%E1%83%98/53/user:%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%90%E1%83%A0%20%E1%83%AC%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%90%E1%83%98%E1%83%90:show:channelუკანასკნელად იქნა გადამოწმებული01. 05.2020;
27. https://www.presa.ge/?m=society&AID=63092http://modusgio.blogspot.com/2008/01/blog-post.html
28. http://patrioti-tv.ge/sazogadoeba/371--.html უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული04.05.2020;
29. პატრიარქის სააღდგომოეპისტოლე, თბილისი, 2006 წ.
30. პატრიარქის ქადაგება, 2008წ.
31. პატრიარქის ქადაგება, 2004 წ.
32. http://intermedia.ge/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%90/107689-%E1%83%A8%E1%83%94%E1%83%95%E1%83%90%E1%83%A9%E1%83%94%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%97-%E1%83%90%E1%83%A6%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%A1%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%95%E1%83%9D%E1%83%9A%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%90%E1%83%AC%E1%83%A7%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%90-%E1%83%93%E1%83%90-%E1%83%9E%E1%83%90%E1%83%A1%E1%83%A3%E1%83%AE%E1%83%98-%E1%83%9B%E1%83%9D%E1%83%95%E1%83%97%E1%8

3%AE%E1%83%9D%E1%83%95/19/user:%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%90%20%E1%83%92%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%A8%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%98:show:channel უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული04.05.2020;

33. https://rustaveli.org.ge/eng/anonsebi/saertashoriso-konferentsia-migratsiis-sakitkhebze-უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული04.05.2020;

34. სუმბაძე დ.„ჩვენ განვკურნავთ დედამიწას სნეულებათაგან“; ჟურნლი „ქვაკუთხედი“; 2019; გვ32;

35. http://new.2020news.ge/index.php/%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98/item/4077-%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90-%E1%83%A0%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%A3%E1%83%90-%E2%80%93-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%94-%E1%83%96%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A8%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%A0%E1%83%A3%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%97%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%A6%E1%83%98%E1%83%90-%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%95%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%90%E1%83%92%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%90 უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული04.05.2020;

36. https://1tv.ge/news/giorgi-vashadze-vfiqrob-salome-zurabishvilma-vadaze-adre-unda-daasrulos-prezidentoba/უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული04.05.2020;

37. https://netgazeti.ge/news/313561/ უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 04.05.2020;

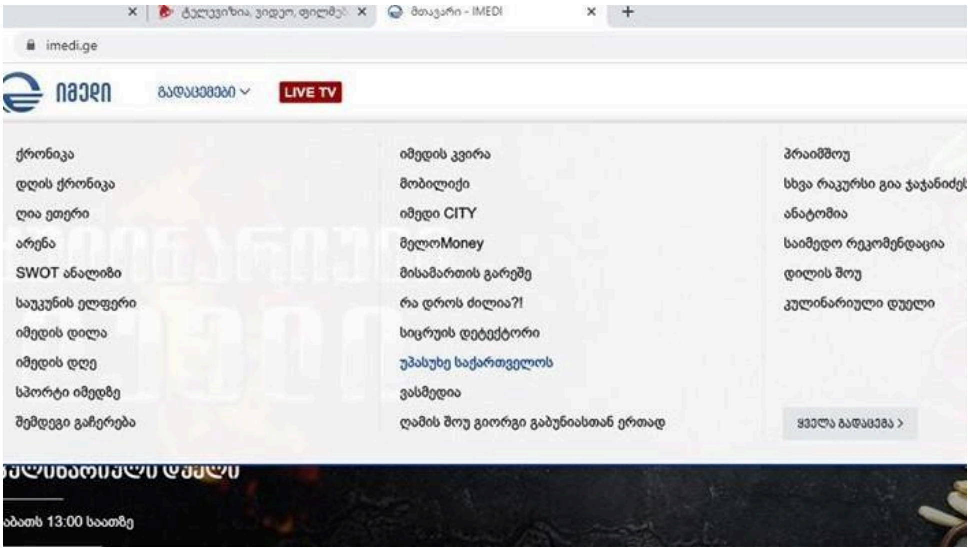
38. https://netgazeti.ge/news/113152/ უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული04.05.2020;

39. http://www.washingtonpost.com/opinions/prove-to-mr-putin-that-he-is-not-invincible/2014/11/25/8198bd50-74d2-11e4-bd1b-03009bd3e984_story.htmlუკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 04.05.2020;

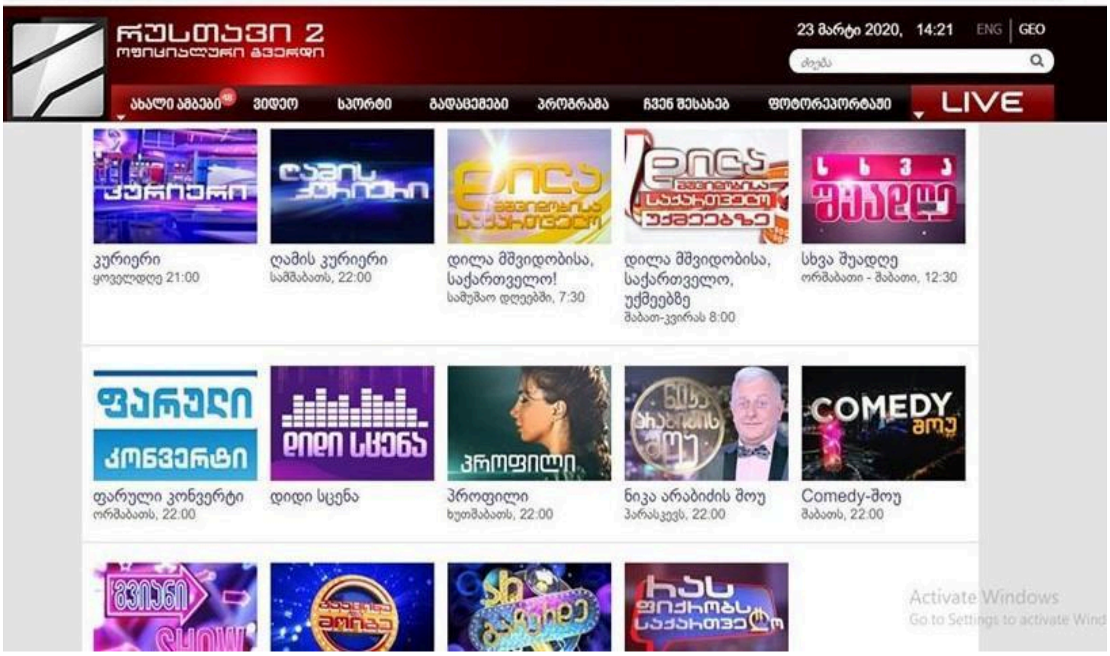
40. https://www.radiotavisupleba.ge/a/1532987.html უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 04.05.2020;

დანართები

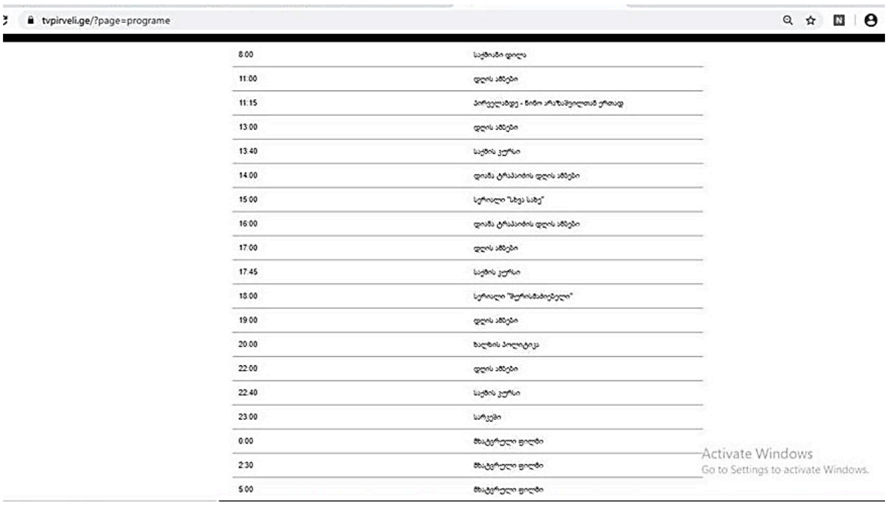
დანართი N1



დანართი N2

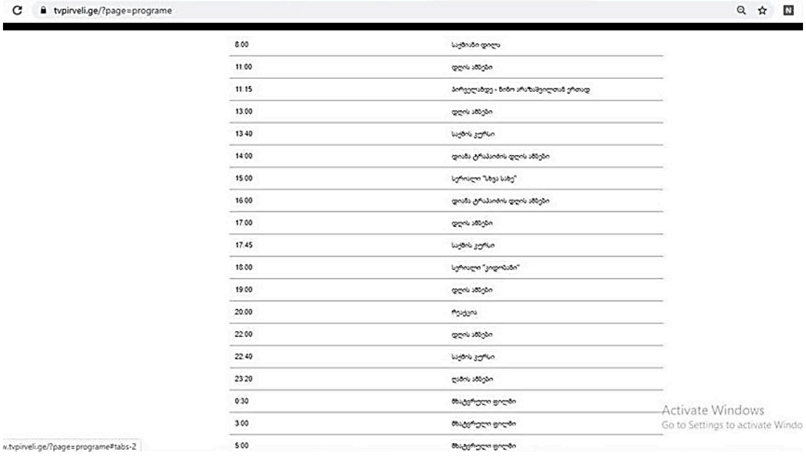


დანართი N3



8:00	საქმიანი დილა
11:00	დღის ამბები
11:15	პირველადვე - ნინო [illegible] ერთად
13:00	დღის ამბები
13:40	საქმის კურსი
14:00	დიანა ტრაპაიძის დღის ამბები
15:00	სერიალი "სხვა სახე"
16:00	დიანა ტრაპაიძის დღის ამბები
17:00	დღის ამბები
17:45	საქმის კურსი
18:00	სერიალი "[illegible]"
19:00	დღის ამბები
20:00	ხალხის პოლიტიკა
22:00	დღის ამბები
22:40	საქმის კურსი
23:00	სარკეში
0:00	მხატვრული ფილმი
2:30	მხატვრული ფილმი
5:00	მხატვრული ფილმი

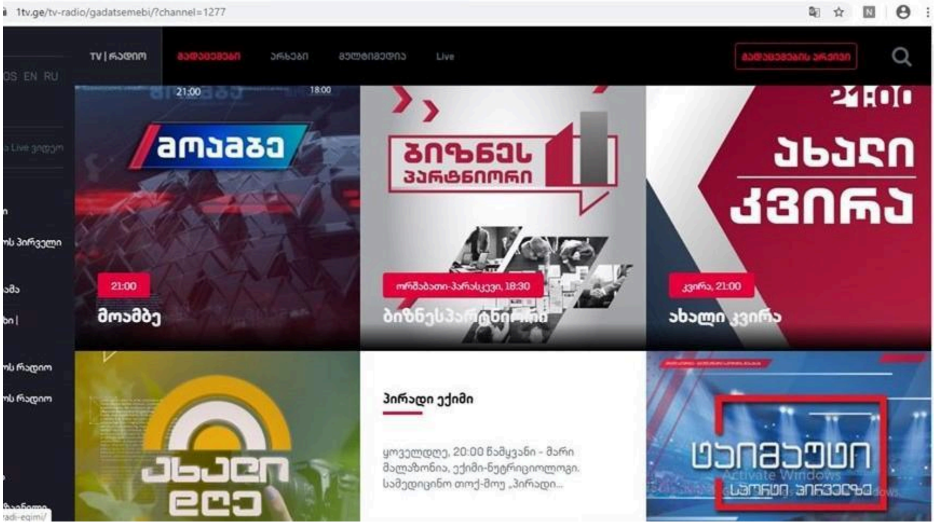
დანართი N4



tvpirveli.ge/?page=programe

8:00	საქმიანი დილა
11:00	დღის ამბები
11:15	პირველამდე - ნინო ჟიჟილაშვილთან ერთად
13:00	დღის ამბები
13:40	საქმის კურსი
14:00	დიანა ტრაპაიძის დღის ამბები
15:00	სერიალი "სხვა სახე"
16:00	დიანა ტრაპაიძის დღის ამბები
17:00	დღის ამბები
17:45	საქმის კურსი
18:00	სერიალი "კიდობანი"
19:00	დღის ამბები
20:00	რეაქცია
22:00	დღის ამბები
22:40	საქმის კურსი
23:20	ღამის ამბები
0:30	მხატვრული ფილმი
3:00	მხატვრული ფილმი
5:00	მხატვრული ფილმი

დანართი N5



დანართი N6

- 1966 წლის 16 დეკემბრის სამოქალაქო და პოლიტიკური უფლებების საერთაშორისო პაქტი (საქართველოსთანმიმართებაში ძალაშია 1994 წლის 3 აგვისტოდან);
- 1966 წლის 16 დეკემბრის ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული უფლებების საერთაშორისო პაქტი. (საქართველოსთან მიმართებაში ძალაშია 1994 წლის 3 აგვისტო);
- 1966 წლის საერთაშორისო კონვენცია რასობრივი დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ (საქართველოსთან მიმართებაში ძალაშია 1999 წლის 2 ივლისი);
- 1979 წლის 18 დეკემბრის კონვენცია ქალთა დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ. (საქართველოსთან მიმართებაში ძალაშია 1994 წლის 25 ნოემბერი);
- 1951 წლის 28 ივლისის კონვენცია ლტოლვილთა სტატუსის შესახებ (საქართველოსთან მიმართებაში ძალაშია 1999 წლის 7 ნოემბერი);
- 1961 ევროპის სოციალური ქარტია;
- 1984 კონვენცია წამების და სხვა სასტიკი, არაადამიანური ან ღირსების შემლახავი მოპყრობის და დასჯის წინააღმდეგ;
- 1989 ბავშვის უფლებათა კონვენცია;
- 2000 ბავშვის უფლებათა კონვენციის ფაკულტატური ოქმი შეიარაღებულ კონფლიქტში ბავშვთა მონაწილეობის შესახებ;
- 2000 ბავშვის უფლებათა კონვენციის ფაკულტატური ოქმი ბავშვებით ვაჭრობის, ბავშვთა პროსტიტუციისა და ბავშვთა პორნოგრაფიის შესახებ;
- 1995 წლის 1 თებერვლის ჩარჩო კონვენცია ეროვნულ უმცირესობათა დაცვის შესახებ (საქართველოსთან მიმართებაში ძალაშია 2011 წლის 1 აპრილიდან);
- 2007 შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა უფლებების კონვენცია;

დანართი N7

კარგი მმართ[illegible] საქართველოში	Tetra Tech ARD	2016-03-21 to 2017-03-20	59,304	GEL
მედია გარემოს გაძლიერება და მონიტორინგი (MESM)	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი/USAID	2016-03-16 to 2018-03-15	146,000	USD
პოლიციის სისტემის გამჭვირვალობის მხარდაჭერა	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2015-12-16 to 2017-03-10	37,918	USD
თავისუფალი მედიაგარემოს ხელშეწყობა	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი USAID-ის მხარდაჭერით (EWMI)	2015-10-15 to 2016-04-15	13,000	USD
საქართველოს პროკურატურის მხარდაჭერა პროკურორთა სისტემის შემუშავების და მისი ეფექტური დანერგვისთვის	ნიდერლანდების სამეფოს საელჩო საქართველოში	2015-10-15 to 2017-01-20	65,288	EUR
განვითარებული დემოკრატია და საზოგადოება (ორგანიზაციული მხარდაჭერა)	შვედეთის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტო (Sida)	2015-09-01 to 2017-12-31	12,000,000	SEK
უფრო ძლიერი სასამართლო სისტემა აღმოსავლეთ ევროპაში (მომსახურების კონტრაქტი)	გაერთიანებული სამეფოს საერთაშორისო განვითარების დეპარტამენტი, გლობალური გამჭვირვალობის ფონდი	2015-03-01	2,000	USD
ადგილობრივ დონეზე საჯარო სამსახურის რეფორმის წახალისება	National Endowment for Democracy (NED)	2015-02-01 to 2015-10-31	43,000	USD
მენტორობა ყირგიზეთისა და ტაჯიკეთის სამოქალაქო საზო[illegible]ბა)	OECD	2014-12-01 to 2015-03-31	15,000	EUR
მედია გამჭვირვალე და ანგარიშვალდებული მმართველობისთვის ([illegible])	საერთაშორისო კვლევისა და გაცვლების საბჭო (IREX)/USAID	2014-11-01 to 2017-09-30	218,150	USD
საქართველოს სასამართლოების შესაძლებლობების ზრდა საარბიტრაჟ სამართლისა და კონკურენციის სამართლის დავების განხილვაში	ნიდერლანდების სამეფოს საელჩო საქართველოში	2014-06-01 to 2015-11-30	87,028	EUR
სახელმწიფო რესურსებისა და პოლიტიკური ფინანსების ბოროტად გამოყენების მონიტორინგი 2013 წლის საპრეზიდენტო და 2014 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნებში (IFES)	IFES, აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო (USAID)	2013-09-15 to 2014-06-25	89,531	GEL

Activate Windows
Go to Settings to activate

დანართი N8

რეგიონული კვლევითი პროექტი: ინფორმაციის თავისუფლება სამხრეთ კავკასიაში (მეორე ფაზა)	ჩეხეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტრო	2011-03-01 to 2012-07-10	20,780	EUR
ადვოკატირების განხორციელების ანტიკორუფციული საკონსულტაციო ცენტრი საქართველოში	ჩეხეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტრო	2011-03-01 to 2011-12-31	5,298	EUR
საკუთრების უფლების დაცვის ხელშეწყობა ახალ ტურისტულ ზონებში	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2011-01-15 to 2012-01-15	21,000	USD
„საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს" სასამართლო მონიტორინგისა და იურიდიული დახმარების პროგრამა	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი USAID-ის მხარდაჭერით (EWMI)	2010-12-06 to 2015-05-24	1,004,850	USD
ქართული ბლოგოსფეროს პოლიტიკური ჩართულობის წახალისება	ღია საზოგადოების ინსტიტუტი	2010-11-01 to 2011-07-31	44,978	USD
FixMyStreet Georgia - Chemikucha.ge	ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი	2010-10-01 to 2011-09-30	19,862	USD
დახმარების ეფექტურობის ხელშეწყობა, მეორე ფაზა	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-07-01 to 2011-10-31	59,966	USD
2010 წლის ადგილობრივი არჩევნების მონიტორინგის მხარდაჭერა მედიაცენტრის დაარსების გზით	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-05-01 to 2010-06-20	17,500	USD
ადმინისტრაციული რესურსების გამოყენება წინასაარჩევნო კამპანიის მიზნებისთვის, 2010 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნები	IFES, აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო (USAID)	2010-04-01 to 2010-06-30	34,610	USD
პარტიათა დაფინანსების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-03-01 to 2011-06-30	26,640	USD
საპროცესო შეთანხმების მონიტორინგი საქართველოში	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-02-22 to 2010-09-23	23,512	USD
საპროცესო შეთანხმების მონიტორინგი საქართველოში	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-02-22 to 2010-09-23	23,512	USD
მერიის შენობის შეკეთებისას დახარჯული თანხების მონიტორინგი (Oxfam)	ოქსფამ ნოვიბი	2009-12-01 to 2010-05-31	8,500	EUR
მერიის შენობის შეკეთებისას დახარჯული თანხების	ბრიტანულ-ქართული პროფესიული	2009-12-01 to 2010-05-31	9,750	EUR

Activate Windows
Go to Settings to activate

დანართი N9

	თანამშრომლობა			
ქართული მედია აძლიერებს დემოკრატიას, ინფორმირებულ მოქალაქეობას და ანგარიშვალდებულებას (GMedia)	საერთაშორისო კვლევისა და გაცვლების საბჭო (IREX)/USAID	2011-06-01 to 2014-07-31	634,054	USD
რეგიონული კვლევითი პროექტი: ინფორმაციის თავისუფლება სამხრეთ კავკასიაში (მეორე ფაზა)	ჩეხეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტრო	2011-03-01 to 2012-07-10	20,780	EUR
ადვოკატირების განხორციელების ანტიკორუფციული საკონსულტაციო ცენტრი საქართველოში	ჩეხეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტრო	2011-03-01 to 2011-12-31	5,298	EUR
საკუთრების უფლების დაცვის ხელშეწყობა ახალ ტურისტულ ზონებში	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2011-01-15 to 2012-01-15	21,000	USD
„საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს" სასამართლო მონიტორინგისა და იურიდიული დახმარების პროგრამა	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი USAID-ის მხარდაჭერით (EWMI)	2010-12-06 to 2015-05-24	1,004,850	USD
ქართული ბლოგოსფეროს პოლიტიკური ჩართულობის წახალისება	ღია საზოგადოების ინსტიტუტი	2010-11-01 to 2011-07-31	44,978	USD
FixMyStreet Georgia - Chemikucha.ge	ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი	2010-10-01 to 2011-09-30	19,862	USD
დახმარების ეფექტურობის ხელშეწყობა, მეორე ფაზა	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-07-01 to 2011-10-31	59,966	USD
2010 წლის ადგილობრივი არჩევნების მონიტორინგის მხარდაჭერა მედიაცენტრის დაარსების გზით	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-05-01 to 2010-06-20	17,500	USD
ადმინისტრაციული რესურსების გამოყენება წინასაარჩევნო კამპანიის მიზნებისთვის, 2010 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნები	IFES, აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო (USAID)	2010-04-01 to 2010-06-30	34,610	USD
პარტიათა დაფინანსების გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-03-01 to 2011-06-30	26,640	USD
საპროცესო შეთანხმების მონიტორინგი საქართველოში	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-02-22 to 2010-09-23	23,512	USD
	ფონდი ღია საზოგადოება -			

Activate Windo
Go to Settings to act

დანართი N10

კონკურენციის ანალიზი საქართველოში	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი/USAID	2011-09-01 to 2012-06-30	83,000
ღია ბიუჯეტის კვლევა 2012-საქართველო	საერთაშორისო საბიუჯეტო თანამშრომლობა	2011-08-01 to 2012-06-01	5,000
ქართული მედია აძლიერებს დემოკრატიას, ინფორმირებულ მოქალაქეობას და ანგარიშვალდებულებას (GMedia)	საერთაშორისო კვლევისა და გაცვლების საბჭო (IREX)/USAID	2011-06-01 to 2014-07-31	634,054
რეგიონული კვლევითი პროექტი: ინფორმაციის თავისუფლება სამხრეთ კავკასიაში (მეორე ფაზა)	ჩეხეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტრო	2011-03-01 to 2012-07-10	20,780
ადვოკატირების განხორციელების ანტიკორუფციული საკონსულტაციო ცენტრი საქართველოში	ჩეხეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტრო	2011-03-01 to 2011-12-31	5,298
საკუთრების უფლების დაცვის ხელშეწყობა ახალ ტურისტულ ზონებში	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2011-01-15 to 2012-01-15	21,000
„საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს" სასამართლო მონიტორინგისა და იურიდიული დახმარების პროგრამა	აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტი USAID-ის მხარდაჭერით (EWMI)	2010-12-06 to 2015-05-24	1,004,85
ქართული ბლოგოსფეროს პოლიტიკური ჩართულობის წახალისება	ღია საზოგადოების ინსტიტუტი	2010-11-01 to 2011-07-31	44,978
FixMyStreet Georgia - Chemikucha.ge	ევრაზიის თანამშრომლობის ფონდი	2010-10-01 to 2011-09-30	19,862
დახმარების ეფექტურობის ხელშეწყობა, მეორე ფაზა	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-07-01 to 2011-10-31	59,966
2010 წლის ადგილობრივი არჩევნების მონიტორინგის მხარდაჭერა მედიაცენტრის დაარსების გზით	ფონდი ღია საზოგადოება - საქართველო (OSGF)	2010-05-01 to 2010-06-20	17,500

დანართი N11

მიუკერძოებელი მედიაპლატფორმა პოლარიზებულ მედიაგარემოში

პროექტის მიზანია, ტვ პირველის სრულფასოვანი, თვითმყოფადი და გავლენიანი ონლაინ პლატფორმის შექმნა, რაც ხელს შეუწყობას ფართო ონლაინ აუდიტორიის მოცვას.

ორგანიზაცია: ტელეკომპანია პირველი

დაფინანსება: 21 210 USD

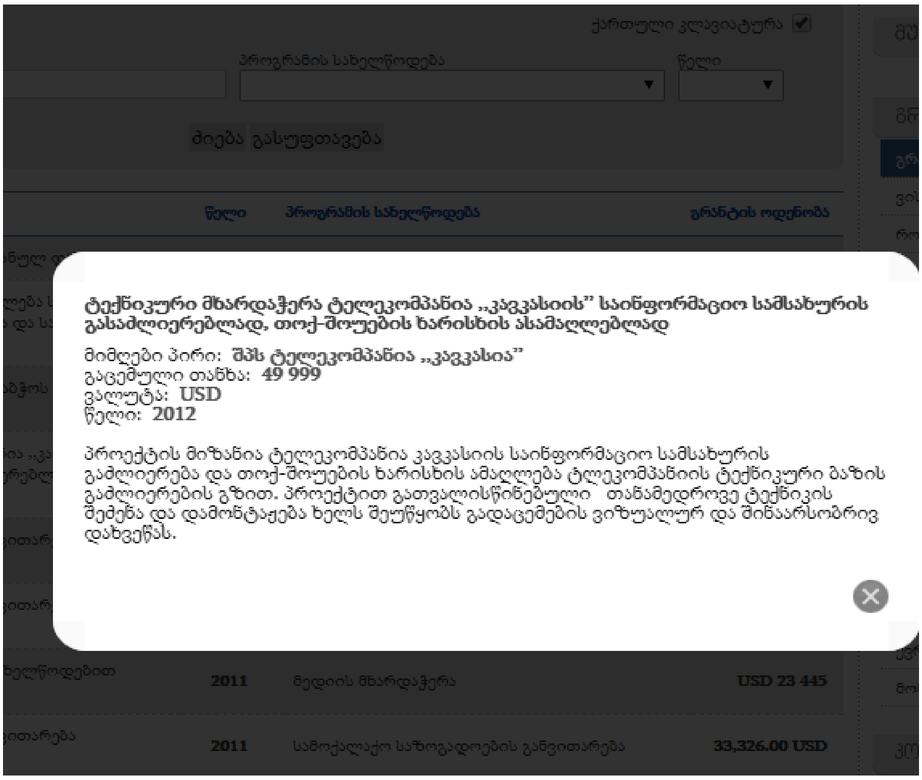
წელი: 2019

კონკურსი:

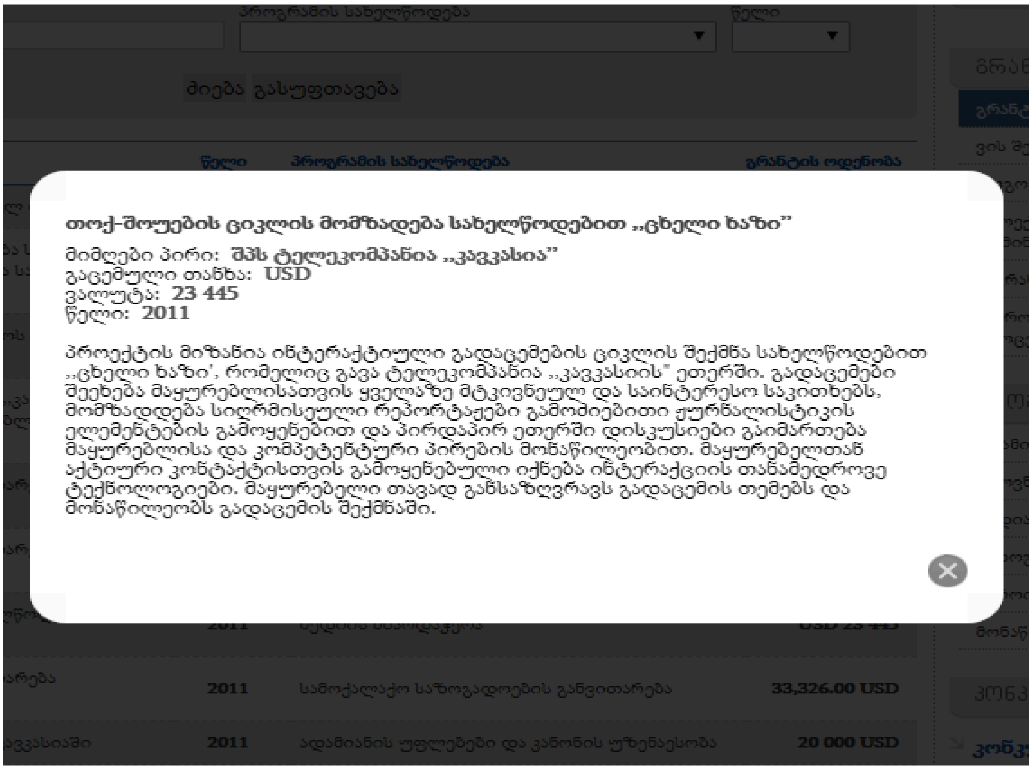
პროგრამა: მედიის მხარდაჭერა,

გეოგრაფიული დაფარვა: საქართველო

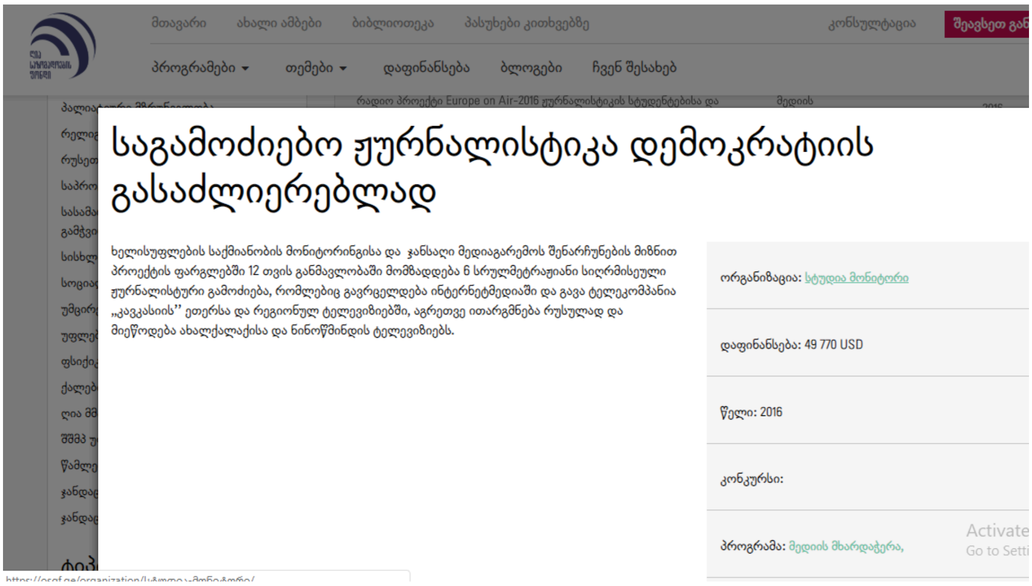
დანართი N12



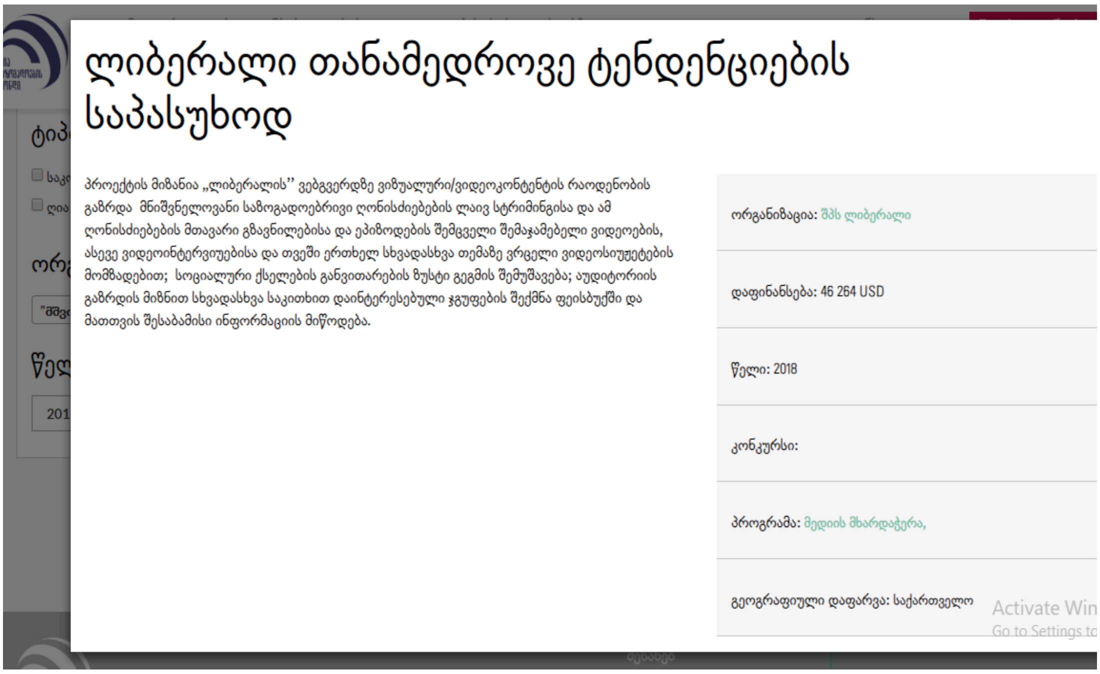
დანართი N13


თოქ-შოუების ციკლის მომზადება სახელწოდებით „ცხელი ხაზი"
მიმღები პირი: შპს ტელეკომპანია „კავკასია"
გაცემული თანხა: USD
ვალუტა: 23 445
წელი: 2011
პროექტის მიზანია ინტერაქტიული გადაცემების ციკლის შექმნა სახელწოდებით „ცხელი ხაზი', რომელიც გავა ტელეკომპანია „კავკასიის" ეთერში. გადაცემები შეეხება მაყურებლისათვის ყველაზე მტკივნეულ და საინტერესო საკითხებს, მომზადდება სიღრმისეული რეპორტაჟები გამოძიებითი ჟურნალისტიკის ელემენტების გამოყენებით და პირდაპირ ეთერში დისკუსიები გაიმართება მაყურებლისა და კომპეტენტური პირების მონაწილეობით. მაყურებელთან აქტიური კონტაქტისთვის გამოყენებული იქნება ინტერაქციის თანამედროვე ტექნოლოგიები. მაყურებელი თავად განსაზღვრავს გადაცემის თემებს და მონაწილეობს გადაცემის შექმნაში.
2011 სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება 33,326.00 USD
2011 ადამიანის უფლებები და კანონის უზენაესობა 20 000 USD

დანართი N14


მთავარი
ახალი ამბები
ბიბლიოთეკა
პასუხები კითხვებზე
კონსულტაცია
პროგრამები
თემები
დაფინანსება
ბლოგები
ჩვენ შესახებ
საგამოძიებო ჟურნალისტიკა დემოკრატიის გასაძლიერებლად
ხელისუფლების საქმიანობის მონიტორინგისა და ჯანსაღი მედიაგარემოს შენარჩუნების მიზნით პროექტის ფარგლებში 12 თვის განმავლობაში მომზადდება 6 სრულმეტრაჟიანი სიღრმისეული ჟურნალისტური გამოძიება, რომლებიც გავრცელდება ინტერნეტმედიაში და გავა ტელეკომპანია „კავკასიის'' ეთერსა და რეგიონულ ტელევიზიებში, აგრეთვე ითარგმნება რუსულად და მიეწოდება ახალქალაქისა და ნინოწმინდის ტელევიზიებს.
ორგანიზაცია: სტუდია მონიტორი
დაფინანსება: 49 770 USD
წელი: 2016
კონკურსი:
პროგრამა: მედიის მხარდაჭერა,

დანართი N15



ლიბერალი თანამედროვე ტენდენციების საპასუხოდ

პროექტის მიზანია „ლიბერალის'' ვებგვერდზე ვიზუალური/ვიდეოკონტენტის რაოდენობის გაზრდა მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი ღონისძიებების ლაივ სტრიმინგისა და ამ ღონისძიებების მთავარი გზავნილებისა და ეპიზოდების შემცველი შემაჯამებელი ვიდეოების, ასევე ვიდეოინტერვიუებისა და თვეში ერთხელ სხვადასხვა თემაზე ვრცელი ვიდეოსიუჟეტების მომზადებით; სოციალური ქსელების განვითარების ზუსტი გეგმის შემუშავება; აუდიტორიის გაზრდის მიზნით სხვადასხვა საკითხით დაინტერესებული ჯგუფების შექმნა ფეისბუქში და მათთვის შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდება.

ორგანიზაცია: შპს ლიბერალი

დაფინანსება: 46 264 USD

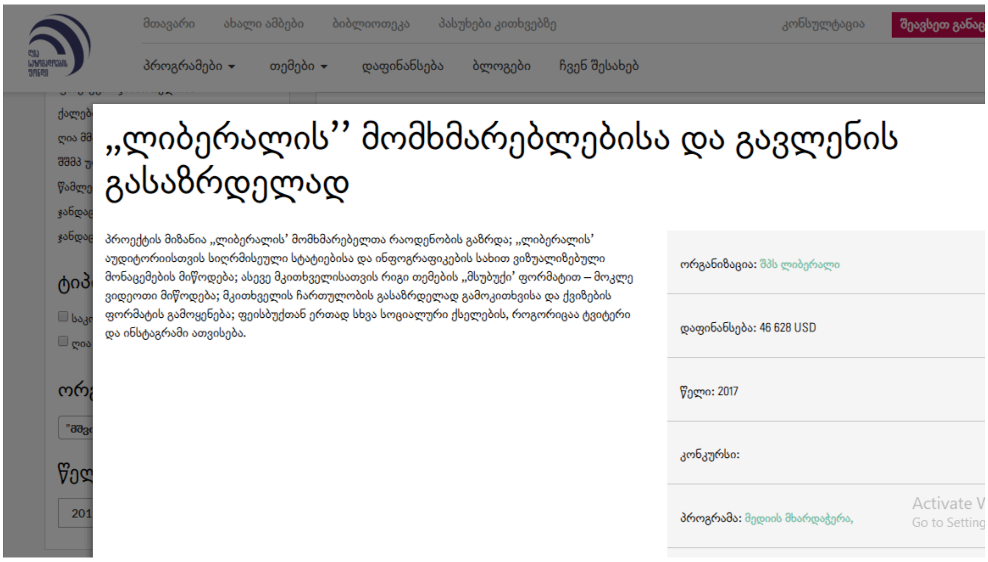
წელი: 2018

კონკურსი:

პროგრამა: მედიის მხარდაჭერა,

გეოგრაფიული დაფარვა: საქართველო

N16



მთავარი ახალი ამბები ბიბლიოთეკა პასუხები კითხვებზე კონსულტაცია შეავსეთ განაც

პროგრამები თემები დაფინანსება ბლოგები ჩვენ შესახებ

„ლიბერალის'' მომხმარებლებისა და გავლენის გასაზრდელად

პროექტის მიზანია „ლიბერალის' მომხმარებელთა რაოდენობის გაზრდა; „ლიბერალის' აუდიტორიისთვის სიღრმისეული სტატიებისა და ინფოგრაფიკების სახით ვიზუალიზებული მონაცემების მიწოდება; ასევე მკითხველისათვის რიგი თემების „მსუბუქი' ფორმატით – მოკლე ვიდეოთი მიწოდება; მკითხველის ჩართულობის გასაზრდელად გამოკითხვისა და ქვიზების ფორმატის გამოყენება; ფეისბუქთან ერთად სხვა სოციალური ქსელების, როგორიცაა ტვიტერი და ინსტაგრამი ათვისება.

ორგანიზაცია: შპს ლიბერალი

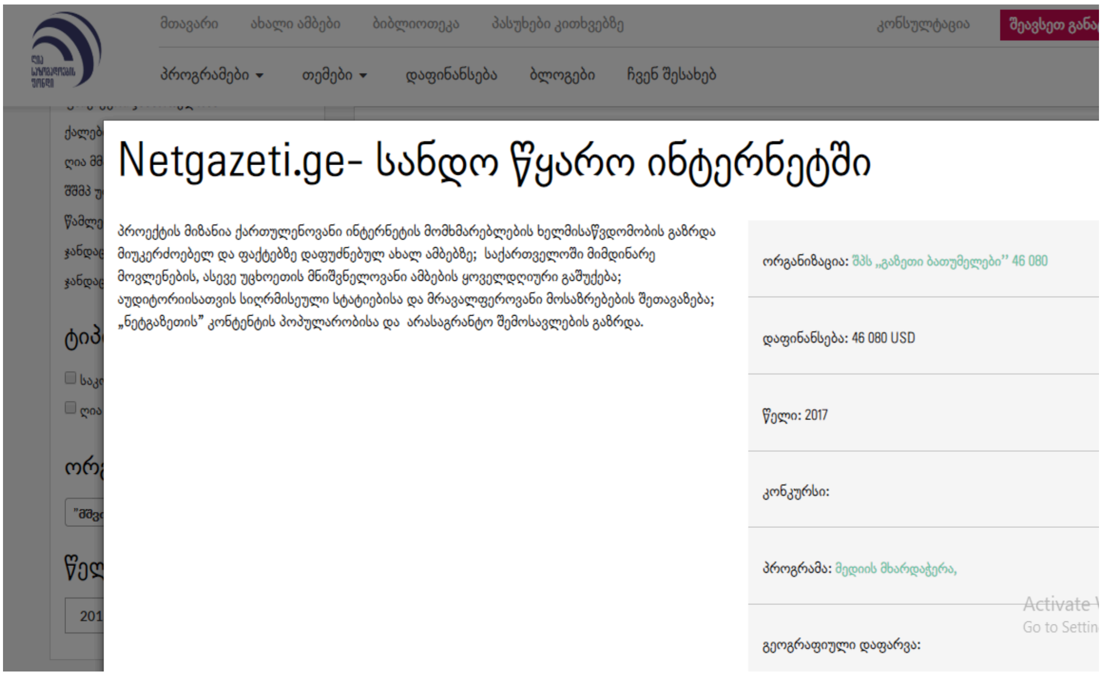
დაფინანსება: 46 628 USD

წელი: 2017

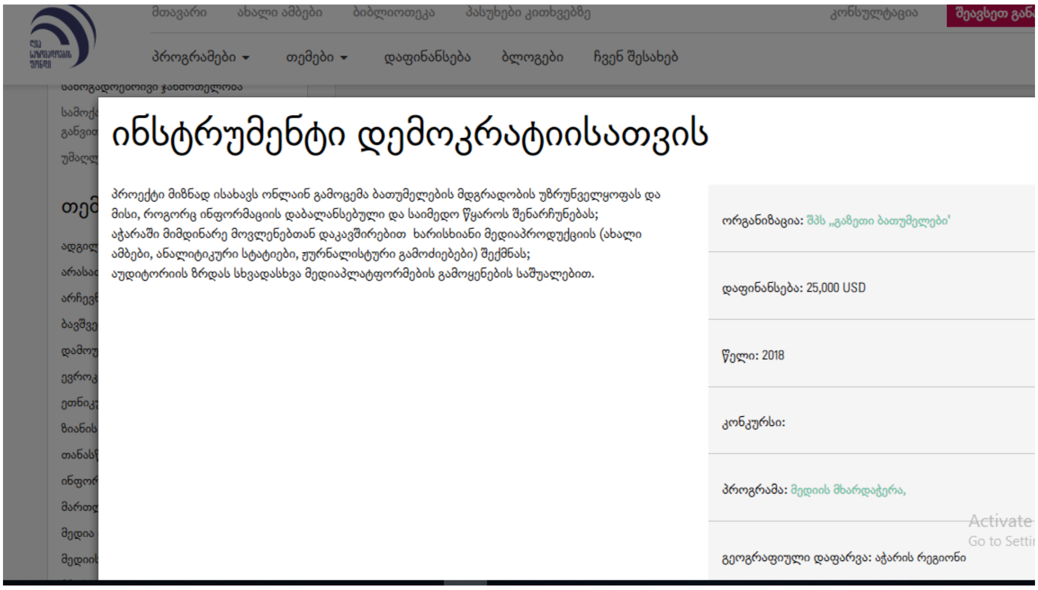
კონკურსი:

პროგრამა: მედიის მხარდაჭერა,

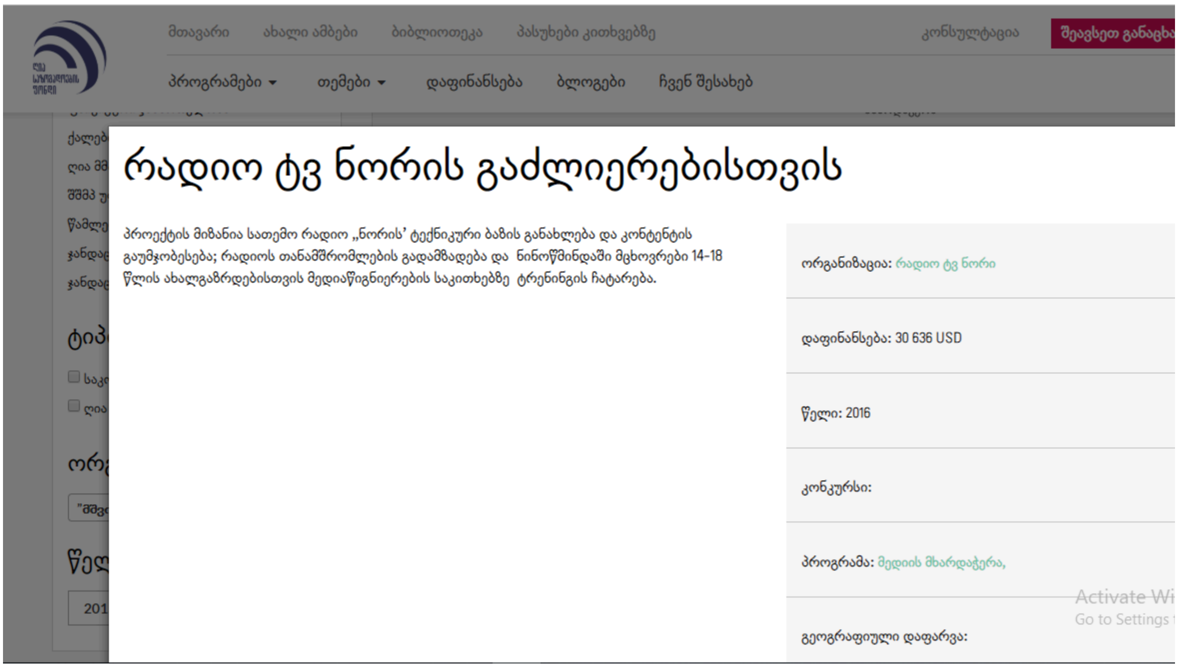
დანართი N17



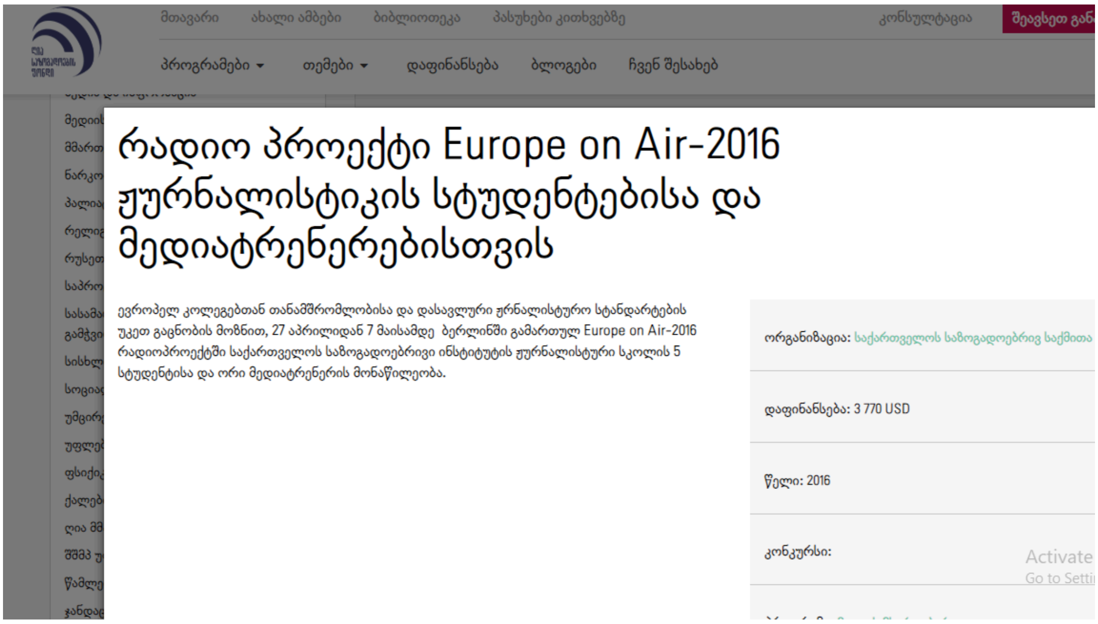
დანართი N18



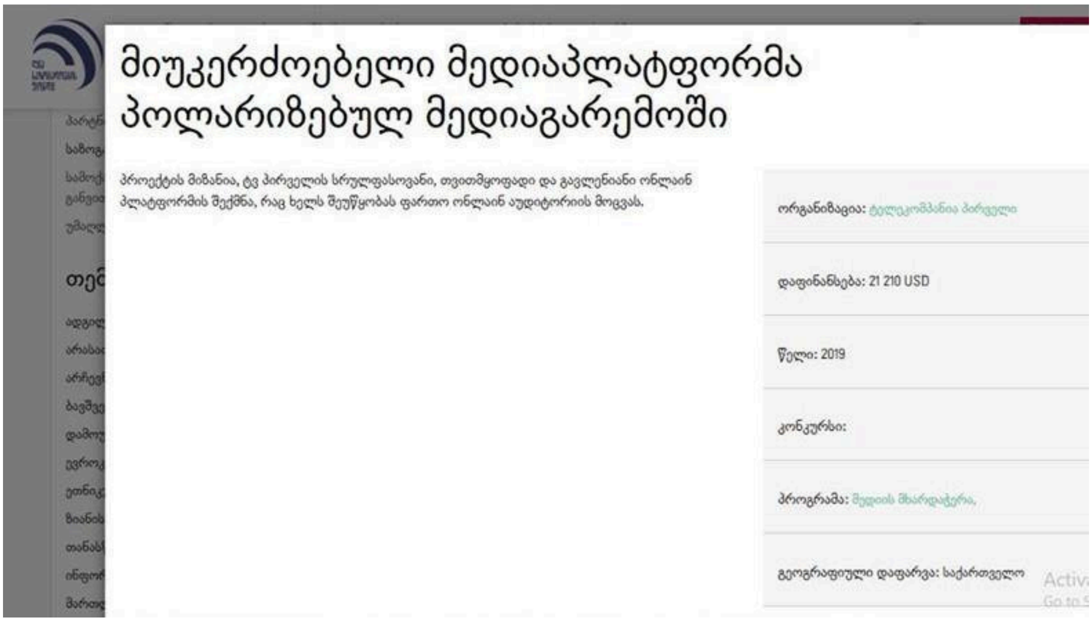
დანართი N19



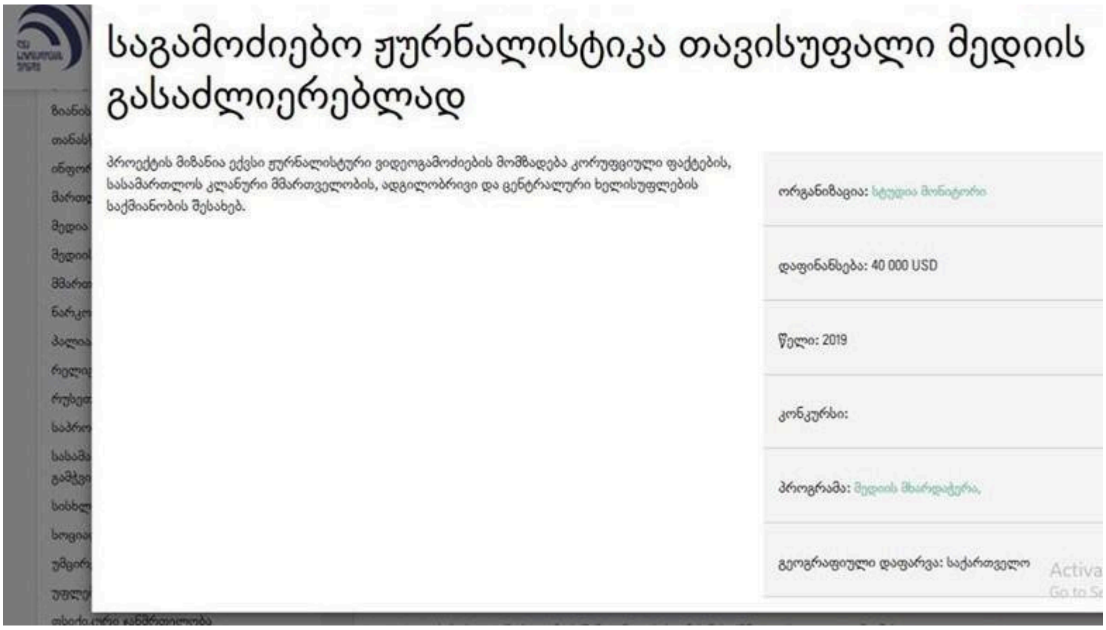
დანართი N20



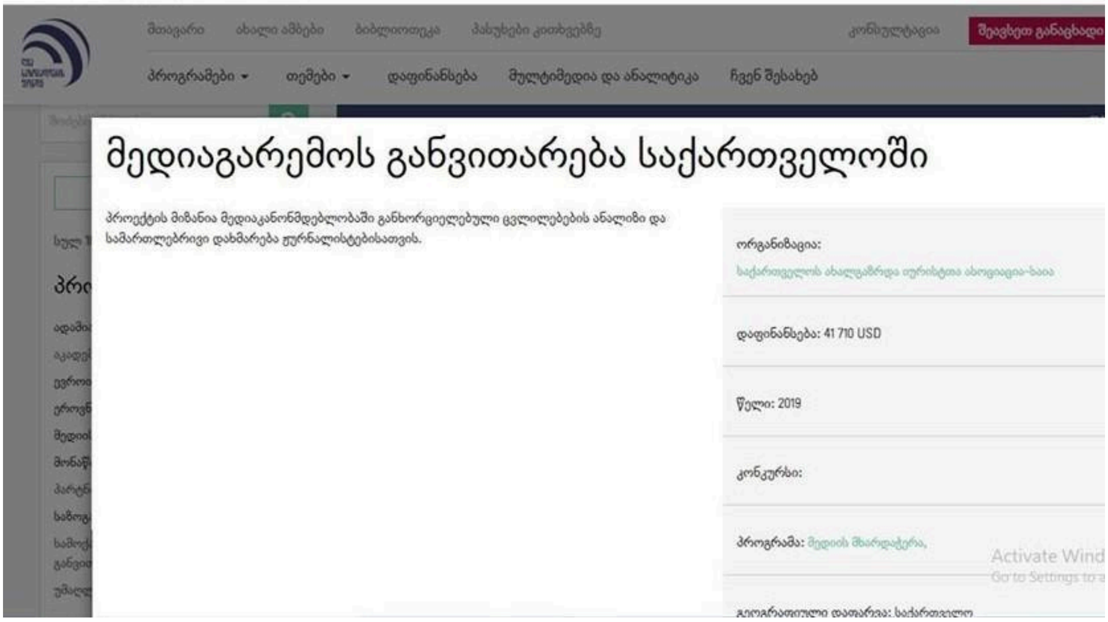
დანართი N21



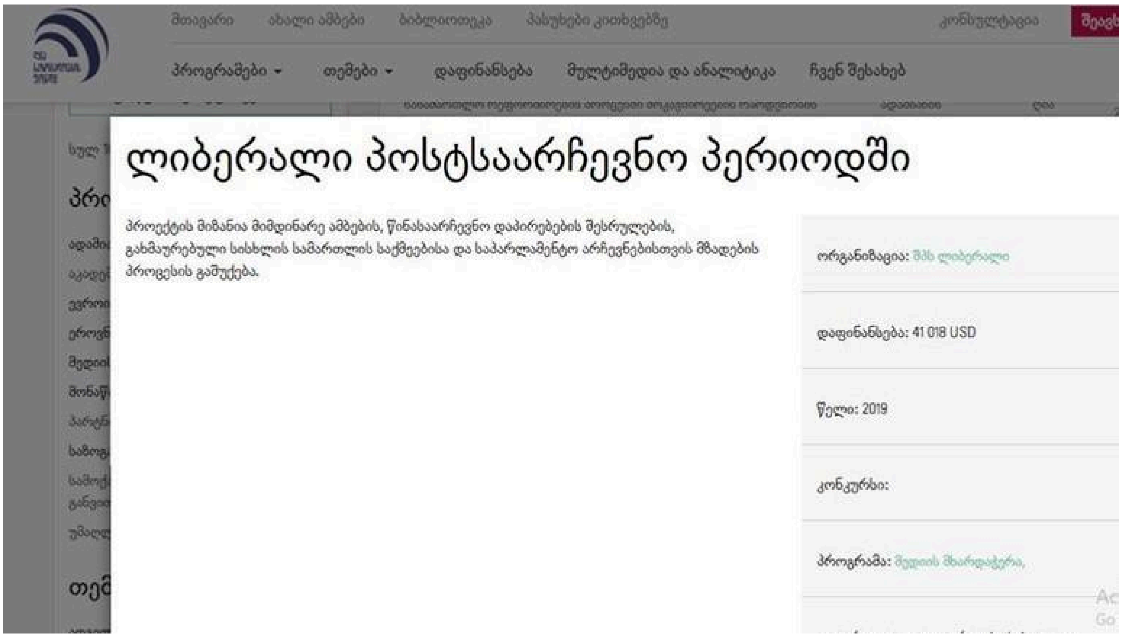
დანართი N22



დანართი N23



დანართიN24



დანართი N25

#	ოლქის დასახელება	კანდიდატის ნომერი	წარმდგენი	სახელი	გვარი
	რეგისტრირებული მაჟორიტარი კანდიდატები 7 მაისის მდგომარეობით				
1	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	4	„ქრისტიან-დემოკრატიული მოძრაობა"	ნიტა	სიხარულიძე
2	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	9	„თავისუფალი საქართველო"	გიორგი	ანდრიაძე
3	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	13	„ევროპული საქართველო - თავისუფალი დემოკრატები"	შალვა	შავგულიძე
4	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	17	„საქართველო"	გიორგი	ლილუაშვილი
5	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	21	„მოძრაობა თავისუფალი საქართველოსთვის"	გიორგი	შალიკაშვილი
6	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	23	„ახალი ქრისტიან-დემოკრატები"	თებეა	თენგიანი
7	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	24	„მოძრაობა სოციალური სამართლიანობისათვის"	მამუკა	ტუსკაძე
8	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	27	„პოლიტიკური პლატფორმა - ახალი საქართველო"	ვალისა	ღვინჯილია
9	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	28	„სამართლიანობის აღდგენის კავშირი ხმა ერისა: უფალია ჩვენი სიმართლე"	მიხეილ	სალუაშვილი
10	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	31	„თავისუფლება - ზვიად გამსახურდიას გზა"	ირმა	რაზმაძე
11	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	33	„საქართველოს ძალოვან ვეტერანთა და პატრიოტთა პოლიტიკური მოძრაობა"	ჯემალ	ნადარეიშვილი
12	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	35	„გირჩი"	გერმანე	საბო
13	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	38	„ეროვნულ-დემოკრატიული პარტია (ედპ)"	ნოდარ	ინანეიშვილი
14	#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	41	„ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველო"	ვლადიმერ	კახაძე

Activate Windows
Go to Settings

დანართი N26

#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	42	საინიციატივო ჯგუფი - . ნათია ლილუაშვილი, ალექსანდრე ელისაშვილი, ვახტანგ შურღაია, დავით აბდუშელიშვილი, ივანე ნორაკიძე	ლევან	იოსელიანი
#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	43	საინიციატივო ჯგუფი - . ზურაბ მახარაძე, კონსტანტინე მორგოშია, გიორგი ქარდავა, შოთა მარტინენკო, ირაკლი ყიზილაშვილი	კობა	დავითაშვილი

#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	44	საინიციატივო ჯგუფი - . ლელა ფირალიშვილი, გიორგი აბდალაძე, კობა კვანტალიანი, გიორგი კერესელიძე, ლელა გაფრინდაშვილი, მალხაზ თოფურია, ოთარ ტატიშვილი, რევაზ სტურუა	სოფიო	ხორგუანი
#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	45	საინიციატივო ჯგუფი - . ლევან ლორთქიფანიძე, ვლადიმერ პაპავა, თათია დოლიძე, ზურაბ ბაქრაძე, ესმა გუმბერიძე, ჯოზეფ ალექსანდერ სმიტ, ირაკლი კუპრაძე	გრიგოლ	გეგელია
#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	46	საინიციატივო ჯგუფი - . შოთა კობერიძე,ნუნუ ფეიქრიშვილი, თამარ მუჩიაური, ლაშა კაიშაური, დოდო ელიაშვილი	იოსებ	კობერიძე
#1 მაჟორიტარული საარჩევნო ოლქი	47	საინიციატივო ჯგუფი - . ლანა გალდავა, თათია მანაგაძე, დევიდ ლაბაძე, გიორგი მიქელაშვილი, ლიკა ცინცაძე	თამარ	ალფაიძე

დანართი N27