

რას არის „მედიის ეფექტური კონტროლი“ და გვაქვს, თუ - არა მისი ნიშნები საქართველოში?

დავით ქუტიძე¹

კრისტოფერ უოკერი და რობერტ ორტუნგი (2014) ნაშრომში - „ახალი ამბების რღვევა: სამთავრობო მედიის როლი“ - აღნიშნავენ, რომ, გარდა უკიდურესად მკაცრი რეჟიმებისა, თანამედროვე ავტორიტარები არ ცდილობენ მედიის სრულ დამორჩილებას. მათ მიზანს, როგორც ავტორები უწოდებენ, „მედიის ეფექტური კონტროლი“ წარმოადგენს. მიზნის მისაღწევად კი, სხვადასხვა შემზღუდავ მექანიზმთან ერთად, ისინი ე.წ. სამთავრობო მედიასაშუალებებს იყენებენ. საინფორმაციო სივრცე ეფექტურად კონტროლდება როგორც აშკარად სახელმწიფოს მიერ მართული, ისე რეჟიმთან აფილირებული, ირიბი ფინანსური ბერკეტებით დაქვემდებარებული მედიის დახმარებით, რომლებიც უზრუნველყოფენ საინფორმაციო სივრცეში სამთავრობო ნარატივის დომინირებას.²

თუ რატომ არ მიმართავენ არადემოკრატიული რეჟიმები (გარდა უკიდურესი შემთხვევებისა) ძალისხმევას მედიის სრული კონტროლისთვის, ამის ახსნას კორდუნეანუ-ჰუჩისა და ჰამილტონის (2022) კვლევა³ ცდილობს. მკვლევრებმა შეაგროვეს და გააანალიზეს ცხრა ათასამდე „ჩუმი ცენზურის“ შემთხვევა მსოფლიოს 196 ქვეყნიდან, 2001-დან 2015 წლამდე პერიოდში. კვლევის თანახმად, სახელმწიფო ცენზორთა ქმედებებისა თუ უმოქმედობის მთავარი განმსაზღვრელი ხარჯისა და სარგებლის გამოთვლაა. ამ მიმართულებით, რეჟიმი რამდენიმე საკითხს ითვალისწინებს. მათ შორისაა პოლიტიკური „დანახარჯი“, ანუ ის ზიანი, რომელიც ცენზურის მცდელობებს, ადგილობრივ დონეზე - ელექტორალური, ხოლო გლობალურ დონეზე, ლეგიტიმაციის კუთხით მოჰყვება. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია თავად იმ მედიასაშუალებების ზომა და გავლენაც, რომლის წინააღმდეგაც ცენზურა უნდა ამოქმედდეს. კვლევის შედეგები ადასტურებს, რომ პლატფორმები, რომლებიც წვდებიან დიდ აუდიტორიას, უფრო მეტად ხდებიან ცენზურის მძიმე ფორმების სამიზნე, ვიდრე ბაზრის ვიწრო სეგმენტისთვის ხელმისაწვდომი მედია. კვლევის ავტორები აღნიშნავენ, რომ ხარჯ-სარგებლის

¹ კვლევითი ინსტიტუტი Gnomon Wise („გნომონ ვაიზი“), საქართველოს უნივერსიტეტი. e-mail: d.kutidze@ug.edu.ge

² Walker, C. and Orttung, R. W. (2014). *Breaking the News: The Role of State-Run Media*. Journal of Democracy, Vol. 25. Via link: <https://bit.ly/46KIEOa>

³ Corduneanu-Huci, C. and Hamilton, A. (2022). *Selective Control: The Political Economy of Censorship*. Political Communication, 2022, Vol. 39, NO. 4, 517–538. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2074587>

კალკულაციაზე დაყრდნობით, ცენზორები ცდილობენ, იპოვონ ბალანსი და ზუსტად განსაზღვრონ, კონკრეტული მედიასაშუალების მუშაობა უფრო დიდი საფრთხეა მოქმედი რეჟიმისთვის, თუ მისი გაჩუმების შედეგად გამოწვეული პროტესტი. ამდენად, მათ უწევთ „ცენზურის ეკონომიური გამოყენება“. გარდა ამისა, რეჟიმებს უწევთ კონკრეტული მედიასაშუალების შეზღუდვის გზების რაციონალურად შერჩევაც, რათა ნაკლებად ხისტი მეთოდებით მიაღწიონ სასურველ შედეგს.

„მედიის ეფექტური კონტროლის“ ზემოთ აღწერილ მიდგომასა და არადემოკრატიული ხელისუფლებებისთვის მის სარგებელს ნათლად წარმოაჩენს უნგრეთის მაგალითი. გრიფინის (2020) თანახმად, 2019 წლის მდგომარეობით, უნგრეთში არც ერთი ჟურნალისტი არ იყო დაპატიმრებული, მათზე არც ფიზიკური ძალადობის შემთხვევები არ ფიქსირდებოდა და მეტიც, მთავრობისადმი კრიტიკული რიგი მედიასაშუალებებიც მუშაობდნენ. თუმცა, ამავედროულად, ავტორი ციტირებს პრესის საერთაშორისო ინსტიტუტის (IPI) მისიის დასკვნას, რომლის თანახმადაც, 2010 წლიდან, ხელისუფლებაში ვიქტორ ორბანის მოსვლის შემდეგ, მთავრობა სისტემატურად ანადგურებდა მედიის თავისუფლებას, პლურალიზმსა და დამოუკიდებლობას, რითაც მან „მიაღწია ინფორმაციის კონტროლის ისეთ ხარისხს, რომელიც უპრეცედენტოა ევროკავშირის წევრ ქვეყანაში“.⁴ ამ, ერთი შეხედვით, პარადოქსული მდგომარეობის გაცნობისას, ბუნებრივია, ჩნდება კითხვა, თუ რა გზებით მიიღწევა იგი.

ინტერნეტის სწრაფი განვითარებისა და სოციალური ქსელების მზარდი პოპულარობის მიუხედავად, არადემოკრატიული რეჟიმების რადარებზე კვლავ მნიშვნელოვან სამიზნედ რჩება ტელევიზია და შეზღუდვის მცდელობების დიდი ნაწილიც სწორედ ტელევიზიების წინააღმდეგ მოდის. გასაკვირი არაა, რომ არადემოკრატიულ რეჟიმებში არსებობენ სახელმწიფო ტელევიზიები, რომელთა მთავარი დანიშნულება სწორედ მოქმედი ხელისუფლების დღის წესრიგის წახალისებაა. ასევე, მსგავს რეჟიმებში, მეტ-ნაკლები სიმძაფრით, ცენზურას განიცდიან საზოგადოებრივი მაუწყებლებიც (მათი დამოუკიდებლობის კანონით გაწერილი გარანტიების მიუხედავად). რაც შეეხება კერძო მედიასაშუალებებს, აქ ეფექტური კონტროლის ერთ-ერთი მთავარი ინსტრუმენტი მედიაბაზრის მიტაცებაა. ამ კონტექსტში კვლავაც აღსანიშნავია უნგრეთის მაგალითი, რომლის შესახებაც გრიფინი (2020) წერდა, რომ ხელისუფლებაში მოსვლისთანავე, ორბანის მეგობარმა ოლიგარქებმა შეისყიდეს არაერთი მედიასაშუალება, რამაც ვიქტორ ორბანს დიდი პროსამთავრობო მედიაიმპერიის შექმნის შესაძლებლობა მისცა.

⁴ Griffen, S. (2020). *Hungary: a lesson in media control*. *British Journalism Review*. Vol. 31. Via link: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0956474820910071>

ამის მაგალითია 2013 წელს გერმანული მედიაკომპანიის ProSiebenSat-ის უნგრეთიდან გასვლა; 2014 წელს, მთავრობის მიერ კონტროლირებული კონკურენციის სააგენტოს საშუალებით, ასევე გერმანული კომპანიების Ringier-ისა და Axel Springer-ის პრესის ბაზრიდან გაძევება და ა.შ. აღსანიშნავია, რომ ეს პროცესი შემდგომ წლებშიც გაგრძელდა და 2020 წლისთვის მედიაბაზრის დაახლოებით 80% სახელისუფლებო პარტიისადმი ლოიალური მფლობელების ხელში მოექცა.⁵ როგორც ვხედავთ, მედიის მიტაცების პროცესი არ ყოფილა ფორსირებული და ხისტი, რაც ხარჯ-სარგებლის კარგად გათვლასა და სწორად შერჩეულ ტაქტიკურ ნაბიჯებზე მიუთითებს. ბუნებრივია, რეჟიმის ერთგული და მის სასარგებლოდ მოქმედი მსგავსი ფინანსური ელიტების შექმნა ან გადმოხილება მხოლოდ უნგრული ფენომენი არაა და იგი სხვადასხვა რეჟიმის მიერ არაერთგზის ნაცადი მეთოდია.

„მედიის ეფექტური კონტროლის“ მისაღწევად, მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ფინანსებით მანიპულირება. კერძოდ, სახელისუფლებო მედიის გასაძლიერებლად და კრიტიკული მედიის დასასუსტებლად, არადემოკრატიული რეჟიმები სხვადასხვა ფინანსურ ხრიკს მიმართავენ. მაგალითად, ასეთია სახელმწიფოს მიერ რეკლამების შერჩევითი შესყიდვა, როცა რეკლამაზე გამოყოფილი მთელი საბიუჯეტო რესურსი მთავრობისადმი ლოიალურ მედიასაშუალებებში მიდის. შერჩევითი მიდგომები ვრცელდება ფავორიტი მედიისთვის ფინანსური დავალიანებების ჩამოწერასა და მათ სუბსიდირებაშიც კი. მსგავსი მაგალითები მსოფლიოს არაერთ ქვეყანაში გვხვდება. მთავრობისადმი ლოიალური კომპანიების ფინანსური უზრუნველყოფის პარალელურად, „მედიის ეფექტური კონტროლის“ განსახორციელებლად, არადემოკრატიული რეჟიმისთვის მნიშვნელოვანია სარეკლამო რეგულაციების გამკაცრება და ამ გზით მედიაბაზრის დაზიანება, რაც, პირველ რიგში, დამოუკიდებელი მედიისთვის წარმოადგენს ეგზისტენციალურ საფრთხეს.⁶ ამასთან, კრიტიკული გამოცემების ფუნქციონირების შესაზღუდავად, გამოყენებულია მედიის მარეგულირებელი ორგანოები და მათ მიერ დაწესებული მაღალი ჯარიმები; ასევე, ე.წ. SLAPP საქმეები⁷ (როცა ცილისწამების საფუძვლით, პოლიტიკოსები თუ სხვა საჯარო პირები ჟურნალისტების/მედიის წინააღმდეგ მასობრივად იწყებენ უსაფუძვლო სარჩელების აღძვრას და ითხოვენ არაპროპორციულად

⁵ Ibid.

⁶ Dragomir, M. (2017). *Control the money, control the media: How government uses funding to keep media in line*. SAGE. DOI: 10.1177/1464884917724621

⁷ Mańko, R. (2023). *Strategic lawsuits against public participation (SLAPPs)*. European Parliament. Via link: <https://bit.ly/47JtfO6>

მაღალ კომპენსაციას, მედიის ფუნქციონირების შესაფერხებლად); სახელისუფლებო უწყებების მიერ საჯარო ინფორმაციის დამალვა და სხვა.

ზემოთ განხილული მიდგომების გარდა, როგორც აღვნიშნეთ, „მედიის ეფექტური კონტროლის“ მისაღწევად გადამწყვეტ როლს თამაშობს ე.წ. სახელისუფლებო მედია და მისი გზავნილები. უოკერი და ორტუნგი (2014)⁸ განიხილავენ სწორედ იმ ტაქტიკებს, რომლებითაც სახელისუფლებო მედია ანგრევს თავისუფალ საინფორმაციო გარემოს და ხელს უწყობს რეჟიმის კონსოლიდაციას. ავტორები აღნიშნავენ, რომ სახელისუფლებო მედიას ჰყავს რამდენიმე ძირითადი სამიზნე აუდიტორია. ესენია: 1. მმართველ ძალასთან დაახლოებული ელიტები, 2. ფართო, მასობრივი აუდიტორია, 3. ინტერნეტზე „დამოკიდებული“ აუდიტორია და 4. რეჟიმისადმი კრიტიკული სეგმენტი - ოპოზიცია და სამოქალაქო საზოგადოება. სამთავრობო მედიას ყველა მათგანთან განსხვავებული გზავნილებით უწევს მუშაობა. ელიტების შემთხვევაში, მედიის მიზანია, ერთი მხრივ, მათი დარწმუნება მოქმედი მმართველის სიძლიერეში, რეჟიმის სიმყარესა და სტაბილურობაში, რაც მათი გრძელვადიანი კეთილდღეობის გარანტიაა, ხოლო, მეორე მხრივ, ნათლად ჩვენება, თუ როგორ დაისჯებიან „ერთგულების ფიცის“ დარღვევისთვის, მათ შორის, სამთავრობო მედიისგან უკიდურესად ნეგატიური დისკრედიტაციით. ფართო აუდიტორიაზე მუშაობისას სამთავრობო მედიის მიზანი ცალკეულ, უფრო მკაცრ რეჟიმებში ხელისუფლების მიმართ შიშისა და მოკრძალების დათესვაა. თუმცა ნაკლებად მკაცრ, მაგრამ მაინც არადემოკრატიულ რეჟიმებში მის ძირითად ამოცანას საზოგადოებაში აპათიისა და პასიურობის წახალისება წარმოადგენს. ამ შემთხვევაში, რეჟიმის მედიის მთავარი მეთოდებია ინფორმაციის დამახინჯება, მანიპულირება და აუდიტორიის ყურადღების გაფანტვა ფუნდამენტური პრობლემებიდან - გამოგონილ საკითხებზე. ასევე, სამთავრობო მედიამ უნდა უზრუნველყოს არსებული სტატუს-კვოს რეკლამირება, ხოლო მეორე მხრივ, ცვლილებების შიში, ოპოზიციური ძალებისა და რეჟიმისადმი კრიტიკული მოქალაქეების დემონიზება, ყველა მათგანის ისე წარმოჩენა, თითქოს მათ მხოლოდ ქაოსი და არეულობა სურთ. საბოლოო მიზანი საზოგადოების ფართო მასების დემობილიზაციაა, რათა მათი პროტესტი ამა თუ იმ საკითხზე, არ გადაიზარდოს მასობრივ წინააღმდეგობაში. ამ ყველაფრის პარალელურად, ცალკეულ სამთავრობო მედიასაშუალებებს, მოქალაქეთა პოლიტიკური პასიურობის მისაღწევად, მათი გართობაც ევალებათ. უბრალო მოქალაქისთვის არჩევანი ასეთია: გამოვიდეს კომფორტის ზონიდან და ჩაერთოს სამოქალაქო აქტივიზმში, თუ მშვიდად უყუროს რეალთი

⁸ Walker, C. and Orttung, R. W. (2014). *Breaking the News: The Role of State-Run Media*. Journal of Democracy, Vol. 25. Via link: <https://bit.ly/46KIEOa>

შოუებსა თუ სხვა სახის გასართობ პროგრამებს - დისტანცირდეს პოლიტიკისგან. ოპოზიციისა და სამოქალაქო საზოგადოების წინააღმდეგ სამთავრობო მედიის დამოკიდებულების აღწერისას, უოკერი და ორტუნგი (2014) აღნიშნავენ, რომ მთავარი მიზანი მათი ფართო საზოგადოებისგან იზოლაციაა. ამისთვის კი, მნიშვნელოვანია მათი მუდმივი დისკრედიტაცია, ქვეყნის მტრებად და არეულობის მომხრეებად გამოყვანა.

რაც შეეხება ე.წ. „ინტერნეტაუდიტორიას“, იქიდან გამომდინარე, რომ უოკერისა და ორტუნგის ზემოხსენებული ნაშრომი 2014 წელს გამოქვეყნდა და მას შემდეგ ინტერნეტზე მსოფლიო მოსახლეობის წვდომა მნიშვნელოვნად გაიზარდა, დღევანდელი მდგომარეობა განსხვავებულია. თუმცა მასში აღწერილი ძირითადი მეთოდები მაინც რელევანტურია. ავტორიტარები ამ მედიუმშიც ცდილობენ ინფორმაციის კონტროლს, ინტერნეტსივრცის მასშტაბურობისა და შესაბამისად, მისი ცენზურის სირთულის მიუხედავად. ისეთი რეჟიმები კი, რომლებიც ერიდებიან, ან ვერ ახერხებენ ხისტ ცენზურას (ვებგვერდების გათიშვა, ინტერნეტზე წვდომის შეზღუდვა და ა.შ.), მაინც პოულობენ გზებს ინფორმაციის ეფექტური კონტროლისთვის. ამისთვის ისინი იყენებენ დეზინფორმაციას, რაც მათ საშუალებას აძლევს, საკუთარი ნარატივებით გააჯერონ ის სივრცე, რომელსაც ვერ აკონტროლებენ, ან, სულ მცირე, დააბინძურონ საინფორმაციო ველი და დააბნიონ აუდიტორია. ამას ადასტურებს სოციალური ქსელების მფლობელი კომპანია Meta-ს ანგარიშები,⁹ რომლებიც ავლენს კოორდინირებულ არაავთენტურ ქცევას საკუთარ პლატფორმებზე. მსგავს ქმედებებში, საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების მიზნით, ჩართული არიან მსოფლიოს არაერთი ქვეყნის არადემოკრატიული მთავრობები ან მათთან აფილირებული წყაროები. აქვე აღსანიშნავია, რომ ტრადიციული და სოციალური მედიის შერწყმის პირობებში, როცა ტრადიციული მედიის „ეფექტური კონტროლის“ ფარგლებში, სამთავრობო მედია ფინანსურად უზრუნველყოფილია და კრიტიკული მედიასაშუალებები გადარჩენისთვის იბრძვიან, ბუნებრივია, ამ უკანასკნელთ არ აქვთ რესურსები სოციალურ პლატფორმებზე აქტიურობისა და ფართო აუდიტორიის დასაფარავად, რაც ნაყოფიერ ნიადაგს ქმნის სოციალურ ქსელებში სამთავრობო ნარატივის დომინირებისთვის.

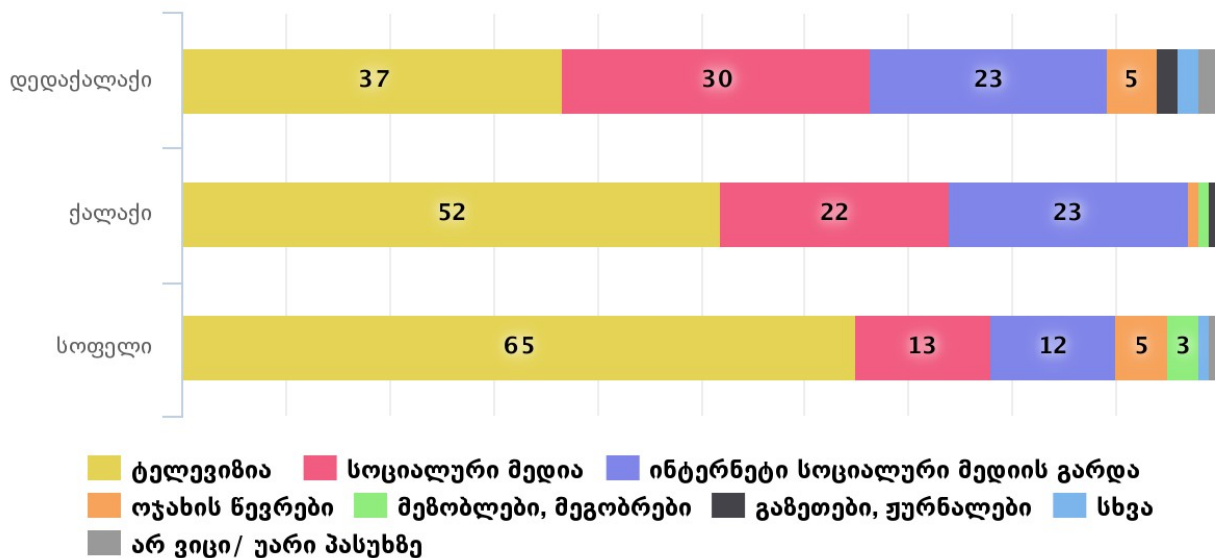
⁹ Meta. *Coordinated Inauthentic Behavior*. Via link: <https://about.fb.com/news/tag/coordinated-inauthentic-behavior/>

ქართული მედიაგარემო

თავისუფალი მედიის წინაშე არსებული, ზემოთ აღწერილი საფრთხეების გათვალისწინებით, საინტერესოა, რა მდგომარეობაა ამ მხრივ საქართველოში, რომელიც დღესდღეობით, მმართველობის ფორმის მიხედვით, საკმაოდ შორსაა სრულყოფილი დემოკრატიისგან და წარმოადგენს ე.წ. ჰიბრიდულ რეჟიმს.¹⁰

2021 წელს ჩატარებული საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის თანახმად, საქართველოს მოსახლეობის 53%-ისთვის ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ინფორმაციის ყველაზე მნიშვნელოვან წყაროს ტელევიზია წარმოადგენს. შემდეგ მოდის სოციალური მედია (21%) და ინტერნეტი სოციალური მედიის გარეშე (18%).¹¹ ტელევიზიის მაყურებელთა წილი კიდევ უფრო მაღალია სოფლის მოსახლეობაში.

INFSOU1: ყველაზე მნიშვნელოვანი წყარო საქართველოში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად x SETTYPE: დასახლების ტიპი (%)



კავკასიის ბარომეტრი 2021 საქართველო
 წყარო: <http://caucasusbarometer.org/>

შესაბამისად, „მედიის ეფექტური კონტროლის“ მთავარი სამიზნეც სწორედ ტელევიზია უნდა იყოს. საერთაშორისო რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) საზოგადოებრივი აზრის

¹⁰ Economist Intelligence Unit. (2023). *Democracy Index 2022*. Via link: <https://bit.ly/3GwKQwW>

¹¹ კავკასიის ბარომეტრი 2021, საქართველო. ხელმისაწვდომია: <https://caucasusbarometer.org/ge/cb2021ge/INFSOU1/>

გამოკითხვის თანახმად,¹² ტელევიზიების ნდობის რეიტინგში ყველაზე მაღალი პროცენტი (პირველი და მეორე არჩევანი - 34%) ტელეკომპანია „იმედს“ აქვს. „იმედი“ გამოირჩევა ხელისუფლებისადმი მიკერძოებით, ამ არხზე მმართველი გუნდი დადებითადაა წარმოჩენილი, ოპოზიცია კი - მაქსიმალურად დისკრედიტირებული.¹³ შემდეგ მოდის „რუსთავი 2“ (პირველი და მეორე არჩევანი - 25%), რომლის სარედაქციო პოლიტიკა 2019 წელს, არხის მფლობელის ცვლილების შემდეგ, შეიცვალა. ახლა „რუსთავი 2-იც“ მეტწილად ხელისუფლებისადმი მიკერძოებულია.¹⁴ ასევე, იგი გამოირჩევა სხვადასხვა გასართობი პროგრამის სიმრავლით. აქვე აღსანიშნავია, რომ ამ ტელეკომპანიის გარშემო დავა წლების განმავლობაში მიმდინარეობდა და საბოლოოდ, იგი ხელისუფლებისადმი ლოიალური ბიზნესმენის, ქიბარ ხალვაშის, მფლობელობაში გადავიდა.¹⁵ „რუსთავი 2-ის“ დამფუძნებლები და ყოფილი მფლობელები დავით დვალი და ჯარჯი აქიმიძე კი მიიჩნევენ, რომ ხალვაშმა, თავის ღრძობაზე, კომპანია არაკეთილსინდისიერი გზით ჩაიგდო ხელში და კომპანიის ფლობაზე თავად აცხადებენ პრეტენზიას.¹⁶ საბოლოო ჯამში, 2019 წლიდან, როცა ხელისუფლებისადმი მკვეთრად კრიტიკული და მასშტაბებით „იმედის“ საპირწონე „რუსთავი 2-ის“ მფლობელი შეიცვალა, ვიღებთ სურათს, რომელშიც სატელევიზიო სივრცეში უფრო მეტად დომინირებენ პროსახელისუფლებო არხები, ე.წ. ოპოზიციური არხების ჯამური რეიტინგი კი შედარებით დაბალია.

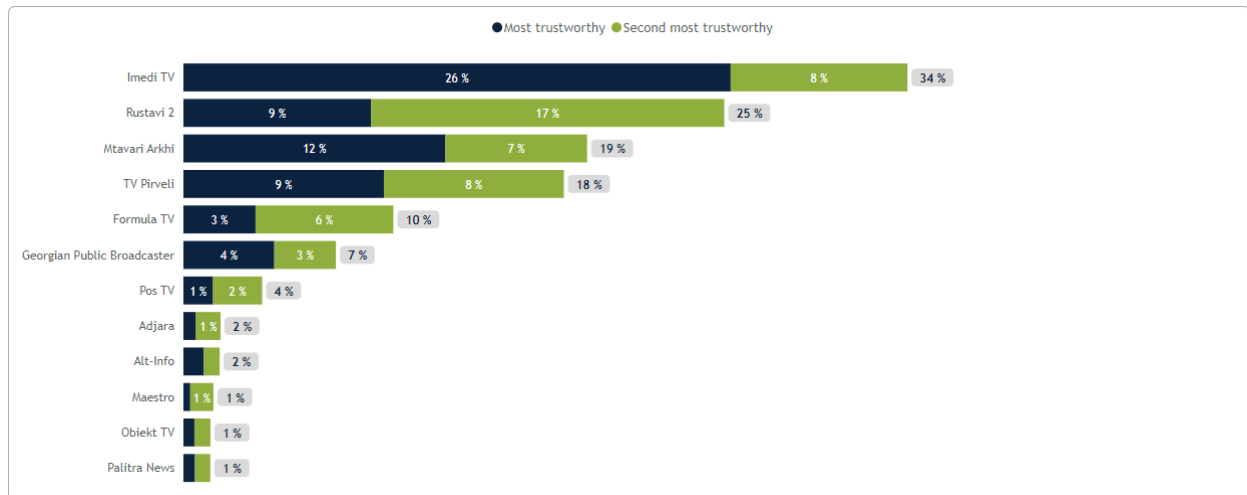
¹² International Republican Institute. *Georgian Survey of Public Opinion | September - October 2023*. Via link: <https://bit.ly/3GvMYVC>

¹³ საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია. *მედია მონიტორინგი*. ხელმისაწვდომია: <https://www.qartia.ge/ka/mediamonitoringi>

¹⁴ Ibid.

¹⁵ ქუტიძე, დ. (2022). *ქართული მედიის მდგომარეობა ბოლო ათწლეულში - პროგრესი, სტაგნაცია და რეგრესი*. Gnomon Wise. ხელმისაწვდომია: <https://gnomonwise.org/ge/publications/review/83>

¹⁶ რადიო თავისუფლება. (8 დეკემბერი, 2021). *სასამართლომ არ დააკმაყოფილა აქიმიძე-დვალის სარჩელი*. ხელმისაწვდომია: <https://www.radiotavisupleba.ge/a/31599529.html>



წყარო: საერთაშორისო რესპუბლიკური ინსტიტუტი (IRI)

გარდა ამისა, აღსანიშნავია, რომ ძირითადი ქართული ტელევიზიებიდან (რომლებიც აშუქებენ ახალ ამბებს და პოლიტიკას), არც ერთი არ არის მომგებიანი. მათი მაუწყებლობიდან მიღებული შემოსავალი ვერ აჭარბებს ხარჯებს, რაც მათ კიდევ უფრო მოწყვლადს ხდის გარე კონტროლის მიმართ. ასევე, სარეკლამო შემოსავლებით, ბაზარზე, ჯამურად, პროსახელისუფლებო არხები დომინირებენ.¹⁷

ტელევიზიებში განთავსებულ პოლიტიკურ/წინასაარჩევნო რეკლამებთან დაკავშირებით უნდა ითქვას, რომ საქართველოში არსებული ტენდენციით, მმართველი პარტია რეკლამას, ძირითადად, ე.წ. სამთავრობო მედიას უკვეთს. მეორე მხრივ, მთავარი ოპოზიციური პარტია - ე.წ. ოპოზიციურ არხებს. საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს ანალიზის თანახმად, 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე მმართველმა პარტია „ქართულმა ოცნებამ“ ფასიანი პოლიტიკური რეკლამების 54% „იმედის“ ჰოლდინგში განათავსა, ხოლო 28% - „რუსთავი 2-ში“. ამასთან, მმართველმა პარტიამ 259 ათასი ლარის ღირებულების პოლიტიკური რეკლამა სახელისუფლებო ტელევიზია „პოსტ“-ზე განათავსა. მეორე მხრივ, „ნაციონალურმა მოძრაობამ“ თავისი სარეკლამო თანხის 88% „მთავარ არხზე“ მიიტანა, 10% კი - „ტვირველზე“.¹⁸

¹⁷ საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო. (2023). 2022 წლის სატელევიზიო სარეკლამო ბაზრის კვლევა. ხელმისაწვდომია: <https://transparency.ge/ge/post/2022-clis-satelevizio-sareklamo-bazris-kvleva>

¹⁸ ცაცხლაძე, ს. (2021). რომელ ტელევიზიებში ათავსებდნენ პარტიები პოლიტიკურ რეკლამას 2016-2020 წლების არჩევნების დროს. საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველო. ხელმისაწვდომია: <https://transparency.ge/ge/post/romel-televiziebshi-antavsebdnen-partiebi-politikur-reklamas-2016-2020-clebis-archevnebis-dros>

შეიძლება ითქვას, მსგავსი მიდგომა ხელს უწყობს საზოგადოების პოლარიზაციას, რაც, სტატუს-კვოს შენარჩუნების ერთ-ერთი წინაპირობა და მმართველი ძალისთვის სასურველი სცენარია.

ზემოაღნიშნულის პარალელურად, ბოლო ათწლეულში შემოღებული არაერთი საკანონმდებლო რეგულაცია, რომლებიც, მეტწილად, ტელერადიომუწყებლებს ეხებოდათ და მათი სარედაქციო დამოუკიდებლობა და ფინანსური მდგრადობა შეასუსტა. კერძოდ, გამკაცრდა მუწყებლებში კომერციული რეკლამის რეგულაციები; აიკრძალა ტელევიზიებისთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფინანსური წყაროს, აზარტული თამაშების, რეკლამა; აუდიტორიის დაცვის მოტივით, მუწყებლებს დაუწესდათ არაერთი შინაარსობრივი შეზღუდვა; კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია, კანონის თავისებური და არცთუ სწორი ინტერპრეტაციით, არაერთგზის ჩაერია მუწყებლების მიერ მომზადებული პროდუქციის შინაარსში, რეკლამის შინაარსში, ფაქტობრივად, აკრძალა პოლიტიკური რეკლამა არაწინასაარჩევნო პერიოდში, ხელისუფლებისადმი კრიტიკულ მუწყებელს დააკისრა არაპროპორციულად მაღალი ჯარიმები და ა.შ. (უფრო ვრცლად, იხ. Gnomon Wise-ის პოლიტიკის დოკუმენტი).¹⁹

ბოლო წლებში ხელისუფლებისადმი კრიტიკული მედიის წინააღმდეგ აქტიურად გამოიყენება ე.წ. SLAPP საქმეები, როცა, ცილისწამების საფუძვლით, პოლიტიკოსები თუ სხვა საჯარო პირები ჟურნალისტების/მედიის წინააღმდეგ მასობრივად იწყებენ უსაფუძვლო სარჩელების აღძვრას და ითხოვენ არაპროპორციულად მაღალ კომპენსაციას, მედიის ფუნქციონირების შესაფერხებლად. საქართველოს დემოკრატიული ინიციატივის (GDI) ანგარიშის თანახმად, 2021 წლის იანვრიდან 2023 წლის აპრილამდე, საქართველოს საერთო სასამართლოებში 38 ასეთი საქმე განიხილებოდა. „დავების დაახლოებით 31.5% ინიცირებულია ქალაქის მერების მიერ; 13% - დეპუტატების მიერ; 13% - მინისტრების/სახელმწიფო უწყებების ხელმძღვანელების მიერ; 8% - პოლიციელების მიერ; 26% - „ქართულ ოცნებასთან“ სავარაუდოდ დაახლოებული პირების/ინსტიტუტების მიერ“, - ნათქვამია ანგარიშში. დავების ინიციატორთა 56% კი მოპასუხე ჟურნალისტებისგან, მორალური ზიანის ანაზღაურების მიზნით, დიდი ოდენობით თანხებს ითხოვდა (მაგ. 55 555 ლარი, 100 ათასი ლარი და ა.შ.). GDI-ის თანახმად,

¹⁹ ქუტიძე, დ. რეხვიაშვილი, მ. (2023). *სამუწყებლო მედიისთვის ფინანსურად და შინაარსობრივად დამაზიანებელი რეგულაციები და მათი ალტერნატივები*. Gnomon Wise. ხელმისაწვდომია: <https://gnomonwise.org/ge/publications/policy-papers/150>

მსგავს სარჩელთა 92%-ის ადრესატები სამი კრიტიკული მედია („მთავარი არხი“, „ტვ პირველი“, „ფორმულა“) და მათი ჟურნალისტები არიან.²⁰

ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტის (IDFI) თანახმად, რეგრესია სახელმწიფოს მიერ საჯარო ინფორმაციის გაცემის კუთხითაც. „2022 წელს განხორციელებული IDFI-ის მონიტორინგის შედეგების თანახმად, ქვეყანაში საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის ხარისხი, წინა წელთან შედარებით, მნიშვნელოვნად გაუარესდა. 2022 წელს გაგზავნილ მოთხოვნებზე მიღებული პასუხების პროცენტული მაჩვენებელი (58%), 2010 წლის შემდეგ, ყველაზე ცუდი შედეგია“, - აღნიშნულია ორგანიზაციის ანგარიშში.²¹

მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, თუ როგორ ესაუბრება ხელისუფლება მისდამი კრიტიკული მედიასაშუალებების ჟურნალისტებს. მმართველი პარტია ჟურნალისტებს ადანაშაულებს „სიცრუის ტირაჟირებაში“, „ყალბი ინფორმაციის გავრცელებაში“, „ძალადობაში“, „სახელმწიფოს ინტერესების წინააღმდეგ მოქმედებაში“ და ა.შ. მედიის მიერ მომზადებულ, ფაქტობრივად, ყველა კრიტიკულ სიუჟეტს ხელისუფლება ან მიზანმიმართულად აკნინებს და ამბობს, რომ ეს გამოგონილია, ან თავს ესხმის გამავრცელებელ წყაროს და საზოგადოების თვალში მის დისკრედიტაციას სხვადასხვა იარაღის საშუალებით ცდილობს. მსგავსი მიდგომა საკმაოდ გავრცელებულია თანამედროვე მსოფლიოს არაერთ არადემოკრატიულ მმართველობაში და „მედიის ეფექტური კონტროლის“ ერთ-ერთ ინსტრუმენტადაც მიიჩნევა.²²

რაც შეეხება საქართველოში ე.წ. სამთავრობო მედიის მუშაობასა და მათ გზავნილებს, ეს საკითხი სიღრმისეული კვლევის საგანია. თუმცა აღნიშნულ მედიასაშუალებებზე ხანგრძლივი დაკვირვება იძლევა იმის თქმის საშუალებას, რომ ისინი მოსახლეობის ფართო მასების პასურობისა და პოლიტიკისგან დისტანცირებისთვის შესაბამის ნარატივს ქმნიან. კერძოდ, ცდილობენ ცვლილებების შიშის დანერგვას, მათ შორის, მოქმედი ხელისუფლების იმ კონსპირაციის თეორიის მუდმივი ტირაჟირებით, რომლის თანახმადაც, დასავლეთში მოქმედ

²⁰ საქართველოს დემოკრატიული ინიციატივა (GDI). (2023). *SLAPP საქმეები საქართველოში, ახალი საფრთხე მედიის თავისუფლებისთვის*. ხელმისაწვდომია: <https://gdi.ge/index.php/ge/news/gdi-s-angarishi-slapp-saqmeebi-saqartveloshi-akhali-safrtkhe-2>

²¹ ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI). (2023). *საჯარო ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა საქართველოში 2022*. ხელმისაწვდომია: <https://idfi.ge/ge/access-to-public-information-in-georgia-2022>

²² ქუტიძე, დ. (2021). *საქართველოს ხელისუფლების აგრესიული, პროპაგანდისტული რიტორიკა მედიის მიმართ - ავტორიტარების მიერ გამოცდილი ხერხი ჟურნალისტების დისკრედიტაციისთვის*. Gnomon Wise. ხელმისაწვდომია: <https://gnomonwise.org/ge/publications/researches/57>

ცალკეულ ძალებს საქართველოში გადატრიალების მოწყობა და ქვეყნის რუსეთთან ომში ჩაბმა, რუსეთ-უკრაინის ომის პარალელურად, საქართველოში „მეორე ფრონტის“ გახსნა სურთ. სახელისუფლებო მედიასაშუალებები რადიკალურად და არეულობის ორგანიზატორებად მოიხსენიებენ როგორც ოპოზიციას, ისე სამოქალაქო სექტორს, ცალკეულ საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და მასობრივი სამოქალაქო პროტესტის მონაწილეებს. ამავდროულად, სამთავრობო მედია აქტიურად ავრცელებს ნარატივს, რომ მოქმედი ხელისუფლების სწორი პოლიტიკის დამსახურებით, საქართველომ ომი თავიდან აირიდა. ამასთან, ოპოზიციისა და არასამთავრობო სექტორის (ხშირად, სამთავრობო მედია მათ „მდიდარ ენჯეობად“ მოიხსენიებს) მუდმივი დისკრედიტაციით, სამთავრობო მედია მათ საზოგადოებისგან იზოლირებას ცდილობს და ამ პროცესში ისეთ აბსურდულ დისკურსებს უწევს პოპულარიზაციას, როგორებიცაა: „საქართველოში მეორე ფრონტის გახსნა“, „გლობალური ომის პარტია“, „სატანისტი“ მომიტინგე ახალგზარდები, „ეროვნული იდენტობის წინააღმდეგ ბრძოლა“ და ა.შ.

ინფორმაციის ეფექტური კონტროლის მცდელობები შეინიშნება ინტერნეტსივრცეშიც. ეს განსაკუთრებით თვალსაჩინოა კრიზისების დროს. საქართველოს რეფორმების ასოციაციის (GRASS) კვლევამ გამოავლინა არაერთი პროსახელისუფლებო გვერდი, რომლებიც მიმდინარე წლის მარტში თბილისში გამართული საპროტესტო აქციების დისკრედიტაციას და ზოგადად, პროტესტის დემონიზებას ცდილობდნენ.²³ მიმდინარე წლის მაისში კი საქართველოს ხელისუფლების მცდელობები, აკონტროლოს, ან, სულ მცირე, დააბინძუროს საინფორმაციო სივრცე სოციალურ ქსელებში, დაადასტურა სოციალური ქსელების პლატფორმა Meta-მ. 2023 წლის მაისში გამოქვეყნდა საფრთხეების კვარტალური ანგარიში, რომელშიც ნათქვამია, რომ საქართველოში მათ წაშალეს 80 Facebook-პროფილი, 26 გვერდი, ცხრა ჯგუფი და ორი ანგარიში Instagram-ზე, რომლებიც არღვევდნენ კომპანიის პოლიტიკას კოორდინირებული არაავთენტური ქცევის წინააღმდეგ.²⁴ ეს ქსელი რამდენიმე აპლიკაციის, მათ შორის, Facebook-ის, Instagram-ისა და TikTok-ის მეშვეობით, ორიენტირებული იყო შიდა აუდიტორიაზე და სხვადასხვა კამპანიის ფარგლებში, ფეისბუქსა და ინსტაგრამში რეკლამისთვის დახარჯა 33 500 დოლარი. „ისინი აკრიტიკებდნენ ოპოზიციას, განსაკუთრებით, ბოლოდროინდელი საპროტესტო აქციების დროს, რომელიც ეხებოდა პარლამენტში ე.წ. „უცხოეთის აგენტების“ შესახებ კანონპროექტის განხილვას... მიუხედავად იმისა, რომ ამ ოპერაციის უკან მყოფი პირები ცდილობდნენ თავიანთი

²³ საქართველოს რეფორმების ასოციაცია (GRASS). (2023). *პროტესტის დემონიზების კამპანია სოციალურ ქსელში*. ხელმისაწვდომია: <https://grass.org.ge/ka/publikaciebi/kvleva/2349--2349>

²⁴ Meta. *Coordinated Inauthentic Behavior*. Via link: <https://about.fb.com/news/tag/coordinated-inauthentic-behavior/>

ვინაობისა და კოორდინაციის დამალვას, ჩვენმა გამოძიებამ აღმოაჩინა [ქსელის] კავშირი საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციის სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტთან“, - აღნიშნულია ანგარიშში.²⁵

დასკვნა

მედიის მიმართ თანამედროვე არადემოკრატიული მთავრობების მიდგომების აღწერისას, სხვადასხვა მკვლევარი საუბრობს ინფორმაციის ეფექტური კონტროლის მცდელობებზე. ეს უკანასკნელი გულისხმობს არა მედიის სრულ დამორჩილებას, არამედ მის სელექციურ კონტროლს. ამისთვის არადემოკრატიული რეჟიმები მიმართავენ მედიაბაზრის მიტაცების გზას, როცა კერძო მედიასაშუალებების ძირითადი ნაწილი მიმართველი ძალის „მეგობრული“ ელიტების ხელშია. ასეთ შემთხვევაში, ბაზარზე არიან შედარებით მცირე მასშტაბის დამოუკიდებელი/კრიტიკული მედიასაშუალებები, რომელთა არსებობაც ქმნის შთაბეჭდილებას ქვეყანაში მედიაპლურალიზმის არსებობის შესახებ. რეალურად კი საინფორმაციო სივრცეში სამთავრობო ნარატივი დომინირებს. მსგავსი მდგომარეობის მისაღწევად და შესანარჩუნებლად, არადემოკრატიული რეჟიმი იყენებს სხვადასხვა ფინანსურ ხრიკს ფავორიტი მედიასაშუალებების წახალისებისთვის. ამის პარალელურად კი ამკაცრებს სარეკლამო რეგულაციებს და აზიანებს მედიაბაზარს, რაც, პირველ რიგში, დამოუკიდებელი მედიისთვის წარმოადგენს ეგზისტენციალურ საფრთხეს. ამასთან, კრიტიკული გამოცემების შესაზღუდად, გამოყენებულია მედიის მარეგულირებელი ორგანოების შერჩევითი მიდგომები და მათ მიერ დაწესებული მატალი ჯარიმები; ე.წ. SLAPP საქმეები; სახელისუფლებო უწყებების მიერ საჯარო ინფორმაციის დამალვა და სხვა.

„მედიის ეფექტური კონტროლის“ მისაღწევად, ე.წ. სამთავრობო მედია გადამწყვეტ როლს თამაშობს. მისი მიზანია, რეჟიმის ერთგული ელიტები მუდმივად დაარწმუნოს მოქმედი მიმართველობის სტაბილურობაში, ფართო აუდიტორიაში კი დათესოს ცვლილებების შიში, პასიურობა, ნიჰილიზმი და მოქალაქეთა დიდი ნაწილი დატოვოს პოლიტიკის მიღმა. კრიტიკული აზრისა და პროტესტის დემონიზებით, ასევე, ოპოზიციისა და სამოქალაქო აქტივისტების მუდმივი დისკრედიტაციითა და საზოგადოებისგან იზოლირებით, სამთავრობო მედიის საბოლოო მიზანი ფართო მასების დემობილიზაციაა, რათა მათი უკმაყოფილება ამა თუ იმ

²⁵ Meta. (3 May, 2023). *Quarterly Adversarial Threat Report*. Via link: <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2023/06/Meta-Quarterly-Adversarial-Threat-Report-Q1-2023.pdf>

საკითხზე მასობრივ პროტესტში არ გადაიზარდოს. ანალოგიური მიდგომები გამოყენებულია ინტერნეტშიც, სადაც მმართველ ძალასთან აფილირებული სუბიექტები ავრცელებენ დეზინფორმაციას, რითაც აბინძურებენ საინფორმაციო ველს და აბნევენ აუდიტორიას.

რაც შეეხება საქართველოს, ქვეყნის მოსახლეობის დიდი ნაწილი მიმდინარე მოვლენების შესახებ ინფორმაციას ტელევიზიებიდან იღებს. დღეის მდგომარეობით კი, ამ მედიუმში სახელისუფლებო ტელემაუწყებლები დომინირებენ. ეს ტენდენცია განსაკუთრებით თვალსაჩინოა 2019 წლის შემდეგ, როდესაც მოქმედი მთავრობისადმი მკვეთრად კრიტიკული მედიასაშუალების, „რუსთავი 2-ის“ სარედაქციო პოლიტიკა, მისი მფლობელის ცვლილებასთან ერთად, შეიცვალა.

ზემოაღნიშნულის პარალელურად, შემოღებულია არაერთი საკანონმდებლო რეგულაცია, რომლებმაც მაუწყებლების სარედაქციო დამოუკიდებლობა და ფინანსური მდგრადობა შეასუსტა. კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისია, კანონის თავისებური და არცთუ სწორი ინტერპრეტაციით, არაერთგზის ჩაერია მათ მიერ მომზადებული პროდუქციის შინაარსში, რეკლამის შინაარსში და ხელისუფლებისადმი კრიტიკულ ტელევიზიას დააკისრა არაპროპორციულად მაღალი ჯარიმები.

ამ ყველაფერს თან ერთვის სამთავრობო მედიასაშუალებების მუდმივი მცდელობები ოპოზიციის, სამოქალაქო სექტორის და ზოგადად, ნებისმიერი სახის პროტესტის დისკრედიტაციისთვის. ამ გზით, პროსახელისუფლებო მედია ეხმარება მმართველ ძალას მოსახლეობის ფართო მასების პასიურობისა და პოლიტიკისგან დისტანცირების მიზნის მიღწევაში. ინფორმაციის ეფექტური კონტროლის მცდელობები შეინიშნება ინტერნეტსივრცეშიც. ამას ადასტურებს სოციალური ქსელების პლატფორმა Meta-ს გამოძიება, რომელმაც პირდაპირი კავშირი გამოავლინა სამოქალაქო პროტესტის დისკრედიტაციით დაკავებულ აქტორებსა და საქართველოს მთავრობის სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტს შორის.

სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილების, ასევე, შესაბამისი ლიტერატურისა და საქართველოში არსებული მდგომარეობის ანალიზს მივყავართ დასკვნამდე, რომ დღეს საქართველოში „მედიის ეფექტური კონტროლის“ მახასიათებლები თვალსაჩინოა.