



კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი

სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

პოლიტიკის მეცნიერების სადოქტორო საგანმანათლებლო პროგრამა

მაგდა კოტრიკაძე

პოლიტიკის მეცნიერების დოქტორის

აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი

დისერტაცია

პოლიტიკური პიარი და ეროვნული უსაფრთხოების გამოწვევები

(პოსტსაბჭოთა საქართველოს მაგალითზე)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი პოლიტიკის მეცნიერებათა

დოქტორი, პროფესორი ვახტანგ მაისაია

თბილისი, 0141, საქართველო 2023

საავტორო უფლება © 2023 წელი „მაგდა კოტრიკაძე“

განაცხადი

როგორც ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომში გამოყენებული მასალა ციტირებული და დამოწმებულია სათანადო წესების შესაბამისად.

მაგდა კოტრიკაძე

13.07.2023

მადლობის გვერდი

მადლობა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტს და მის სამეცნიერო გუნდს ნდობისთვის. განსაკუთრებული მადლობა, უნივერსიტეტის კანცლერს, ბატონ ვახტანგ წივწივამეს, მისი მხარდაჭერის გარეშე ჩემი ინოვაციური კვლევა, რომელმაც გაამდიდრა ნაშრომი ვერ შესრულდებოდა.

გაწეული თანადგომისთვის განსაკუთრებულ მადლობას ვუხდის სამეცნიერო ხელმძღვანელს პოლიტიკის მეცნიერების დოქტორს, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის პროფესორ ვახტანგ მაისაიას.

უღრმესი მადლობა, დოქტორანტურის სამსახურის უფროსს, ასოცირებულ პროფესორ ნინო მინდიაშვილს, კსუ-ს პოლიტიკის მეცნიერების სადოქტორო საგანმანათლებლო პროგრამის ხელმძღვანელს, ასოცირებულ პროფესორ თამარ კიკნაძეს და ასოცირებულ პროფესორ ქეთევან შოშიაშვილს. მათ მენტორობასა და მხარდაჭერას მუდმივად ვგრძნობდი კვლევის პროცესში.

მადლობას ვუხდის ექსპერტებს და ნაშრომის რეცენზენტებს: გუგული მალრაძეს, ალიკა გუჩუას, რევაზ ჯორბენაძეს და სოსო ვახტანგიშვილს.

მინდა მადლობა გადავუხადო დარგის იმ სპეციალისტებსა და სტუდენტებს, რომლებმაც მონაწილეობა მიიღეს სამეცნიერო კვლევაში.

განსაკუთრებული მადლობა სერგეი ტუკაევს, ზაზა ვარდიაშვილს, ანანო ბუბუტიეშვილს და გივი მახარაძეს სამეცნიერო კვლევითი კომპონენტის ტექნიკური შესრულების მხარდაჭერისთვის „ჯერარსი ნეიროფიდექის“ კლინიკის ბაზაზე.

კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტში სწავლა ჩემთვის იყო დიდი გამოცდილება და პატივი, აქ ვიგრძენი თავისუფლება, აქ მიეცა ჩემს წარმოსახვას სრულყოფის შანსი, რაც ჩემთვის ფასდაუდებელი შეგრძნებაა. მადლობა: ნდობისთვის, ერთგულებისთვის და იმ ცოდნისთვის, რომელიც სწავლის პროცესში შევიძინე.

მადლობა, ჩემს ოჯახს და მეგობრებს, უკლებლივ ყველა ადამიანს ვინც მიიღო მონაწილეობა და თუნდაც მცირედით დამეხმარა ამ რთული მისიის შესრულებაში.

განსაკუთრებული მადლობა, ჩემს ქალიშვილს, თეკლა ფესვიანიძეს, რომელიც მუდმივად იყო ჩემი ინსპირაცია. ჩემს ნაშრომს, ვუძღვნი მას, მისი სახით, კი ახალ თაობას, რომელმაც ცოდნით და სიმართლით უნდა შეცვალოს სამყარო უკეთესობისკენ.

ანოტაცია

სადოქტორო ნაშრომში განვიხილეთ პოლიტიკური პიარის გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე, პროპაგანდის და “ფეიკ ნიუსის” როლი ყველა დონის პოლიტიკურ პროცესზე და კომუნიკაციების გლობალური საფრთხეები უსაფრთხოების კონტექსტში.

21-ე საუკუნეში პოლიტიკური პიარი განსაკუთრებით აქტუალურია და მეტიც, მძლავრ ასიმეტრიულ საფრთხეებთან არის დაკავშირებული. შესაბამისად, პროცესების სწორად წარმართვისთვის ქვეყანას უნდა ჰქონდეს შესაბამისი დოკუმენტი, რომლითაც გაუძღვება გამოწვევებს, თავიდან აირიდებს არასწორი კომუნიკაციით გამოწვეულ გლობალურ და ადგილობრივ საფრთხეებს.

სადოქტორო ნაშრომში წარმოდგენილი ორი ჰიპოთეზა დადასტურდა და ნათლად გამოჩნდა, რომ საქართველოში პოლიტიკურ პიარს აქვს ზეგავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე და გააჩნია კონკრეტული სახის ინდიკატორები, ამას გარდა, მაღალტექნოლოგიური კვლევის შედეგების მიხედვით დავადასტურეთ მეორე ჰიპოთეზა, რომ ქართულ პოლიტიკურ სპექტრში, განსაკუთრებით საარჩევნო პროცესებში, პოლიტიკურ პიარში მეტწილად უნდა გამოვიყენოთ პროპაგანდა, რადგან ის ცდისპირთა მხოლოდ 2%-ზე ახდენს ნეგატიურ გავლენას, ხოლო საჯარო გამომსვლელების მიმართები აღიზიანებს ცდისპირთა 98%-ს. მნიშვნელოვან მიგნებად მიმაჩნია, კვლევის ფარგლებში გამოვლენილი რამდენიმე ასპექტი: გამოკითხულ ცდისპირთა ხელით შევსებული ანკეტების და თავის ტვინისა და პერიფერიის ოთხი ცვლადის შედარებით დადგენილი შედეგი, რომ საშუალოდ ყველა ცდისპირი 30%-ს იტყუება (17 კითხვიდან საშუალოდ 6 კითხვა ცდება თავის ტვინიდან მოწოდებულ პარამეტრების აღზნებას და პოზიტიურ ემოციას), აქვე, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ხელით შევსებული კვლევები შეიძლება არავალიდურად ჩაითვალოს, რადგან საერთაშორისო პარამეტრებით 5-9% ცდომილებაზე მაღალი საშუალო მაჩვენებელი მიიჩნევა არავალიდურად, აქ კი მჟღავნდება, რომ საერთაშორისოდ აღიარებული კვლევაც კი, საშუალოდ 30%

ტყუილ პასუხს შეიცავს. კვლევის პირველი თავი დაეთმო პოლიტიკური პიარის და ეროვნული უსაფრთხოების თეორიულ-კონცეპტუალური საფუძვლების გაცნობას და იმ ძირითად მიმართულებებს, სადაც ეს ორი სოციალური მეცნიერება ერთმანეთს კვეთს.

მეორე თავში განვიხილეთ ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემო და პიარი, როგორც საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის ფაქტორი: ახალი გამოწვევები და რისკები. პოლიტიკური პიარი, როგორც საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ელემენტი, პოლიტიკური პროპაგანდა და მისი გავლენა ეროვნული უსაფრთხოების გადაწყვეტილების მიღებაზე და ეროვნული უსაფრთხოების გარემოს გამოწვევები ფსიქოლოგიური ომის ფორმატში, ამავე თავში წარმოვადგინეთ ექსპერტების ინტერვიუები და შეფასებები მოცემულ საკითხებზე.

მესამე თავი დაეთმო პოლიტიკური ტექნოლოგიების გავლენის კვლევას ქვეყნის ეროვნულ უსაფრთხოებაზე, ვფოკუსირდით „ფეიკ ნიუსსა“ და პროპაგანდის როლზე პოლიტიკურ პროცესებში, მათ გლობალურ საფრთხეებზე და რისკებზე უსაფრთხოების კონტექსტში. სიტუაციური ანალიზის ფარგლებში, რომელიც ქართულ რეალობას ასახავს, განვიხილეთ მანიპულაციების სახეები და მათი კორელაცია ეროვნული უსაფრთხოების სისტემის მაგალითზე. ცალკე ქვეთავი დაეთმო პროპაგანდას, როგორც პოლიტიკური მანიპულაციის და უსაფრთხოების გლობალურ დილემას, მოცემულ ქვეთავში წარმოდგენილია ჩადრმავებული ინტერვიუ პიარის და უსაფრთხოების ექსპერტებთან, რომლებიც მრავალი წელი არიან ჩართულნი პოლიტიკურ პროცესებში და ხშირ შემთხვევაში თავად ყოფილან მანიპულაციების მსხვერპლნი.

ბოლო ქვეთავი დაეთმო კომუნიკაციის ეროვნული სტრატეგიის საჭიროებას. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ კომუნიკაციების რაიმე სახის დოკუმენტი, სტრატეგიულ დონეზე, რომელიც ნათელს მოჰფენდა ქვეყნის პოლიტიკურ მანიპულაციებთან საბრძოლველ გზას და ერთგვარ - საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის ასპარეზზე დაეხმარებოდა მას საფრთხეების სწორად

მართვაში, ამ ეტაპზე, ჩვენს ქვეყანას არ აქვს. აქვე, მოვიყვანეთ ექსპერტების ინტერვიუების ფრაგმენტები, რომლებიც გვიდასტურებენ, რომ არც ერთი მათგანი არ იცნობს კომუნიკაციის დოკუმენტს ეროვნულ დონეზე.

სადოქტორო ნაშრომის ფარგლებში ექვსივე საკვლევ კითხვას გაეცა პასუხი: რა ტიპის გავლენა აქვს პოლიტიკურ პიარს ეროვნული უსაფრთხოების სისტემაზე საქართველოში? რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პიარის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? რა როლი ენიჭება პოლიტიკურ პიარს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? რამდენად დამაზიანებელია „ფეიკ ნიუსის“ ფაქტორი ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე? რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? აქვს თუ არა საქართველოს ეროვნული კომუნიკაციების სტრატეგია და რა როლი ენიჭება მას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში?

Annotation

The doctoral thesis examines the impact of political PR (public relations) on national security, the role of propaganda and fake news on political processes at all levels, and the threats posed by the globalization of communication in the context of security in general.

Political public relations is especially important in the twenty-first century, and it is also associated with powerful asymmetric threats. Accordingly, It is critical to have adequate documentation and a broad plan in place to address the challenges and avoid global and local threats caused by miscommunication.

These two hypotheses were confirmed in the doctoral thesis, and it clearly showed that political PR has a significant impact on national security in Georgia and has specific indicators. Furthermore, high-tech research confirmed the second hypothesis that, on the Georgian political spectrum, particularly during election processes, political PR should be heavily used in propaganda. A comparison of the hand-filled questionnaires of the interviewed subjects and the four variables of the brain and periphery revealed that all subjects lie 30% of the time (on average, 6 questions out of 17 questions about the parameters provided by the brain for arousal and positive emotion are incorrect). We can assume that manually filled surveys are invalid because, according to international standards, an average error of more than 5-9% is considered invalid, and it is revealed here that even an internationally recognized survey contains an average of 30% false answers.

The first chapter of the thesis was devoted to familiarizing readers with the theoretical-conceptual basis of political public relations and national security, as well as the fundamental paths in which these two social sciences overlap. In the second chapter, we explored the country's national security environment and public relations as a component of informational-

psychological warfare: new challenges and risks. Political public relations as a key component of informational-psychological warfare, political propaganda and its influence on national security decision-making, and challenges to the national security environment in the form of psychological warfare. The third chapter was devoted to the impact of political technologies on the country's national security. We focused on and discussed fake news and the role of propaganda in political processes, as well as their global threats and risks in the context of security. Within the situational analysis, which reflects Georgian reality, we examined the types of manipulations and their correlation with national security. A separate chapter is devoted to propaganda as a global dilemma of political manipulation and security. This chapter also presents an in-depth interview with PR and security experts who have been actively involved in the political process for many years and have been victims of manipulation in numerous cases. The last sub-chapter was devoted to the study of the needs and necessity of a national strategy of public relations. It was discovered that there is no centralized main document that would shed light on the country's approach to battling political manipulation and would assist in managing it correctly in the informational-psychological war. The interviews reported here demonstrate that not a single expert who participated in the study process is familiar with such a paper. All six research questions were addressed within the context of the topic: What impact does political public relations have on Georgia's national security? What is the essence of political public relations, what are its components, and how is it related to national security? What role does political public relations play in molding a leader's policy? How dangerous is fake news to the country's national security? What role does propaganda play in the decision-making process? Is there a national communication strategy in Georgia, and what is its function in ensuring the country's security?

The topic is fundamental and relevant to the findings of cutting-edge research funded by the Caucasus International University under the framework of the fundamental research grant. Ultramodern scientific research was conducted using two NASA-designed devices simultaneously. For the first time in the world, a survey of opinion leaders was conducted simultaneously on neurofeedback and biofeedback devices to observe PR manipulations, the results of which I believe will be very useful, especially for all people interested in politics and PR, as well as political actors themselves or future politicians. Given that the findings provided us with previously unpublished data on the impact of lying in the context of election research, its scope and dangers, as well as the role of propaganda in the context of Georgian potential voters, I believe that the device's use will be important in the field of national security.

I hope that the devices provided in Georgia will be actively used in the impact research processes in the area of instrumental studies in the near future. In addition, neurofeedback and biofeedback can be used to improve mental resilience and stability in military, critical units, civil servants, politicians, and leaders.

Furthermore, this type of high-tech research can be used to successfully create and form the text of a message, slogan, or political appeal. The research includes thirteen scientific breakthroughs, including four new terms: "Security Marketing," "Psychological Ecology National Threat," "Information Paradoxical and/or Contrastive National Threat," and "Media Security and/or Communication Security."

სარჩევი

ანოტაცია

Annotation

შესავალი	1
თავი I. პოლიტიკური პიარის და ეროვნული უსაფრთხოების თეორიულ-კონცეპტუალური საფუძვლები	27
I.I პოლიტიკური პიარის არსი და მისი შემადგენელი კომპონენტები	27
I.II უსაფრთხოების თეორიული ხედვა და ტიპოლოგია.....	52
I.III პოლიტიკური პიარი და მისი გავლენა ქვეყნის უსაფრთხოებაზე	62
თავი II. ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემო და პიარი როგორც საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის ფაქტორი: ახალი გამოწვევები და რისკები ..	84
II.I პიარი, როგორც საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ელემენტი	84
II.II პოლიტიკური პროპაგანდა და მისი გავლენა ეროვნული უსაფრთხოების გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე	87
II.III ეროვნული უსაფრთხოების გარემოს გამოწვევები ფსიქოლოგიური ომის ფორმატში (ჩაღრმავებული ინტერვიუ ექსპერტებთან)	92
თავი III. პოლიტიკური ტექნოლოგიების გავლენა ქვეყნის ეროვნულ უსაფრთხოებაზე (ფეიკ ნიუსი და პროპაგანდა)	127
III.I „ფეიკ-ნიუსის“ არსი: მისი კლასიფიკაცია და კორელაცია ეროვნული უსაფრთხოების სისტემის მაგალითზე (საქართველოს შემთხვევის გარჩევა - სიტუაციური ანალიზი)	127
III.II პროპაგანდა როგორც პოლიტიკური მანიპულაცია და უსაფრთხოების დილემა (ჩაღრმავებული ინტერვიუ)	150
III.III ეროვნული უსაფრთხოების სტრატეგია პოლიტიკურ მანიპულაციებთან საბრძოლველად.....	166
დასკვნა	179
ბიბლიოგრაფია	187

შესავალი

სადოქტორო ნაშრომში განვიხილეთ თანამედროვე პოლიტიკურ პიარში არსებული გამოწვევები ეროვნული უსაფრთხოების მასშტაბით. 21-ე საუკუნეში არაეთიკური პოლიტიკური პიარი და ფეიკ ნიუსი სერიოზულ საფრთხეებს ქმნიან, ნებისმიერი არჩევნების,¹ გარდამტეხი პროცესების, გამოსვლებისა და მანიფესტაციების დროს.

ამდენად, საინტერესო საკითხია, რა მნიშვნელობის მატარებელია ეს ფენომენი პოსტსაბჭოთა საქართველოს მაგალითზე. რა ცვლილებები და კორექცია შემოაქვს დღევანდელ პოლიტიკურ რეალობაში პიარს, რამდენად მონაწილეობს აზრის ფორმირებასა და რეალური სურათის წარმოჩენაში. სინამდვილის დამახინჯებული ფორმებით გაზიარება და სიცრუის ტირაჟირება არის თუ არა კვეთაში პიარულ სვლებთან? კონკრეტულად, რომელ რგოლებში იყენებს პიარი მანიპულაციებს? არის თუ არა პროცესები შეთანხმებული და მართული? თავად მანიპულატორს რა მოლოდინი აქვს მოცემული ქმედებებიდან? პოლიტიკური პიარი მოქმედებს, როგორც ცალკე სუბიექტი, თუ პოლიტიკისგან განუყოფელი მთლიანობა? ირღვევა თუ არა მისი, როგორც პროცესის ერთ-ერთი ლიდერის საზღვრები, თუ ახერხებს თვითმყოფადად მოქმედებას? ასევე, გამოვიკვლიეთ მედია, როგორც „საფრთხე“ და პოლიტიკური პიარი, როგორც პროცესების გამომწვევი „რბილი ძალა“.

თანამედროვე ეპოქაში ცოდნის მარაგის დაგროვების საჭიროება გაჩნდა და მასთან ერთად, საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და პოლიტიკის სფეროში გამოწვევების გაანალიზების მოთხოვნილება, რომელსაც შეუძლია ახსნას პოლიტიკური ტექნოლოგიების როლი და მნიშვნელობა. ამავე დროს, აქტუალურ თემად რჩება არჩევნების გამართვის მეთოდებისა და ხერხების გაცნობა. მნიშვნელოვანია, სათანადო ყურადღება დავუთმოთ, სახელმწიფო სტრუქტურებში საზოგადოებასთან ურთიერთობების საქმიანობას და მასმედიასთან ურთიერთობების თავისებურებებს. საჭიროა განმარტება, თუ როგორ ყალიბდება საზოგადოებრივ პოლიტიკური განვითარების ანალიტიკური შეფასების უნარები,

¹ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ. 319

რომლებსაც გამოიმუშავენ პოლიტიკურ პარტიებში, სახელმწიფო სტრუქტურებში, საზოგადოებასთან ურთიერთობების საქმიანობაში, რაც ასე აუცილებელ გარემოებას შეადგენს საბოლოო წარმატებისთვის. სწორედ ასეთი წარმატების მიღწევის საქმეში მთავარია შემდეგი კონკრეტული ფაქტორების გათვალისწინება:

პოლიტიკური პროცესის დიაგნოსტიკა, მისი პრობლემატური ასპექტების გამოვლენა, გადაწყვეტილების გზების გამონახვა და პრევენცია, არაეთიკური პიარის ინსტრუმენტების აღმოფხვრა, „ფეიკ ნიუსის“, როგორც ფარული საფრთხისა და გამოწვევის დროული იდენტიფიცირება.

თემის აქტუალობა

თემა აქტუალურია იმ ულტრათანამედროვე კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, რომელიც კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მიერ ფუნდამენტური კვლევების გრანტის ფარგლებში დაფინანსდა. სამეცნიერო კვლევა განხორციელდა, მაღალტექნოლოგიური ორი აპარატის გამოყენებით.² კვლევისთვის შეირჩა ცდისპირთა განსაკუთრებული, ეგრეთწოდებული, „აზრის ლიდერთა“ ასი წარმომადგენელი. პირველად მსოფლიოში, ნეიროფიდბექსა და ბიოფიდბექის აპარატებზე, პოლიტიკური კონტექსტის ვიდეოების ყურების პროცესში, ცდისპირთა თავის ტვინის და პერიფერიის გადაღება განხორციელდა. კვლევა მიზნად ისახავდა პიარის მანიპულაციებზე დაკვირვებას. სწორედ ამიტომ, ცდისპირები პროცესში პოლიტიკურ გამომსვლელებს და პროპაგანდულ ვიდეო მასალას უყურებდნენ. პოლიტიკური და პიარული მანიპულაციების კვლევა სპეციალური ტენოლოგიების ჩართვის გარეშე შეუძლებლად მივიჩნე, ვფიქრობ, ჩემ მიერ კვლევის ფარგლებში მიღებული შედეგები სასარგებლო იქნება

² Article, „A Brief History of Neurofeedback: When Was Neurofeedback Invented and What’s the Science Behind It“ https://www.myndlift.com/post/a-brief-history-of-neurofeedback-when-was-neurofeedback-invented?fbclid=IwAR1DWLjRYJOLON7Fr49M-bgBQ1-6uU-GcTtA0HP2r48_JDLMRrAMCwEk7VY#:~:text=Neurofeedback%20was%20invented%20in%20the,Barry%20Sterman%20at%20UCLA [L.S. 2018.23.01]

განსაკუთრებით პოლიტიკით და პიარით დაინტერესებული ყველა პირისთვის, ასევე თავად პოლიტიკური აქტორებისთვის, ან მომავალი პოლიტიკოსებისთვის. იმის გათვალისწინებით, რომ შედეგებმა უპრეცედენტო ინფორმაცია მოგვცეს, სიცრუის გავლენაზე საარჩევნო კვლევების კონტექსტში, მის მასშტაბებსა და საფრთხეებზე, ასევე პროპაგანდის როლზე ქართველი პოტენციური ამომრჩევლის კონტექსტში. ვფიქრობ, თავად აპარატის გამოყენების აქტუალობაც დადგება ეროვნული უსაფრთხოების სფეროში. საქართველოში უახლოეს მომავალში, იმედი მაქვს, გავლენის კვლევის პროცესებში აქტიურად იქნება გამოყენებული მოცემული აპარატები. ასევე, ნეიროფიდბეკი და ბიოფიდბეკი შეიძლება ჩაერთოს ჯარის/ მნიშვნელოვანი ქვედანაყოფების, სახელმწიფო მოხელის, პოლიტიკოსების და ლიდერების ფსიქიკური მდგრადობის და სტაბილურობის მისაღწევად. გარდა ამისა, მოცემული ტიპის მაღალტექნოლოგიური კვლევები წარმატებით შეიძლება გამოვიყენოთ მესიჯის, სლოგანის, პოლიტიკური მიმართვის ტექსტის შექმნისა და ფორმირების პროცესშიც. კვლევაში გვაქვს ცამეტი მეცნიერული სიახლე, მათ შორის, ოთხი ახალი ტერმინი: “უსაფრთხოების მარკეტინგი”, “ფსიქიკური ეკოლოგიის ეროვნული საფრთხე”, “ინფორმაციის პარადოქსული ან/და კონტრასტული ეროვნული საფრთხე” და “მედია უსაფრთხოება ან/და კომუნიკაციის უსაფრთხოება”.

პიარ საქმიანობის ფსიქოლოგიური კომპონენტების წარმოჩენა პოლიტიკურ სფეროში პოლიტიკოსის, ან პოლიტიკით დაინტერესებული პირის მოქმედების ოპტიმალური ვარიანტების და მოდელების შეთავაზება კრიზისულ ვითარებაში.

„პოლიტიკური კონსალტინგის“ და პოლიტიკური ტექნოლოგიების რაობის განსაზღვრა „საზოგადოებრივი ურთიერთობების“ სამეცნიერო დისციპლინასთან მიმართებაში. პოლიტიკური გამომსვლელების სასაუბრო ტექსტები და მათი გავრცელების და ტირაჟირების ფორმები, რეპუტაციული საფრთხეები. თანამედროვე ეპოქაში, საერთაშორისო პოლიტიკის აქტორების მიერ განხორციელებული ახალი სტრატეგიული მიმართულებები - უსაფრთხოებისა და თავდაცვის პოლიტიკა და მისი განხორციელების მიდგომები უშუალოდ ახდენენ გავლენას კრიზისული სიტუაციების განვითარებაზე გლობალურ

გეოპოლიტიკურ სივრცეზე. სწორედ თანამედროვე სახელმწიფოები კრიზისების პრევენციის საწარმოებლად იყენებენ ე.წ „რბილი ძალის“ ინსტრუმენტებს ანუ სხვებზე გავლენას ახორციელებენ ძალდატანების გარეშე, ასევე ეყრდნობიან ისეთ სფეროებს როგორცაა: საშუამავლო საქმიანობა და პოლიტიკური დიპლომატია. იქიდან გამომდინარე, რომ სახელმწიფოები და ასევე საერთაშორისო ორგანიზაციები არ წარმოადგენენ სამხედრო ორგანიზაციებს, ფოკუსირებულნი არიან კრიზისების მართვაზე და არა პრაგმატულ, ძალისმიერ თავდაცვაზე, მათი მთავარი მიზანი არა ომების მართვა, არამედ მშვიდობის განმტკიცებაა. რა თქმა უნდა, ცხადია, რომ არსებული გამოწვევების წინააღმდეგ დღევანდელ მსოფლიოში არ არის საკმარისი მხოლოდ დიპლომატიური საქმიანობა.

პოლიტიკური კომუნიკაცია და პოლიტიკური პიარი წარმოადგენენ თანამედროვე საერთაშორისო პოლიტიკის ნებისმიერი აქტორის,³ მთავარ საშუალებას, განახორციელონ საკუთარი ინტერესები. აღნიშნული ფაქტორი დიდ როლს თამაშობს 21-ე საუკუნის მსოფლიო პოლიტიკაში, ქვეყნის შიგნით, სახელმწიფო ინსტიტუტების განვითარებასა და ისეთი გარემოს შექმნაში, რომელიც საშუალებას აძლევს ქვეყანას სწრაფად და სტაბილურად განავითაროს საკუთარი ეროვნული ინტერესები. ამიტომაც, პოლიტიკური პიარი, მიმდინარე გლობალიზაციის პირობებში, უკვე გადაიქცა სახელმწიფოებისთვის ერთგვარ მომგებიან გეოპოლიტიკურ ინსტრუმენტად, რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება გამოწვევებთან გამკლავება, მაგალითად, კიბერუსაფრთხოების სივრცესა და სოციალური ქსელებში. ეს მოცემულობა, გავლენას ახდენს საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე და უდავოდ იკავებს ერთ-ერთ საკვანძო ადგილს რეგიონული უსაფრთხოების განმტკიცების საქმეში.

იმ დასკვნის გამოტანა, რომ ძალისმიერი მეთოდები არ არის ერთადერთი ფორმა დღევანდელ გლობალურ პოლიტიკაში, ნამდვილად დასტურდება ახალი გეოპოლიტიკური ტექნოლოგიების გამოყენებით, რომლებსაც ამ ეტაპზე

³ მაისაია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2020, გვ. 296

გლობალური, რეგიონული და ეროვნული აქტორები ახორციელებენ - მხედველობაშია ე.წ. „რბილი ძალის“ კონცეფცია, რომელშიც პოლიტიკური კომუნიკაციის მეთოდოლოგიის ადაპტირება ეროვნული უსაფრთხოების სტრატეგიასთან და მათი ერთგვარი კომპილაცია კარგად წარმოაჩენს, თუ როგორ მიმდინარეობს საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომი და ხორციელდება ეროვნული ინტერესების რეალიზაცია, მათ შორის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი. მიმდინარე მსოფლიო წესრიგის პირობებში, სახელმწიფოების განვითარება მათ პოტენციალზე და მოკიდებული, თუ როგორ დააკმაყოფილებს სხვადასხვა საჭიროებებს. უსაფრთხოების გამოწვევები, მოცემული დროის და გარემოებების შესაბამისად, სახელმწიფოებს ისტორიულად ყოველთვის ჰქონდათ და შესაძლოა მომავალშიც ექნებათ. თანამედროვე საუკუნის გამოწვევებთან, რაც ინფორმაციის გლობალური გავრცელების ტენდენციებს ახლავს მსოფლიო პოლიტიკის აქტორი დიდი, თუ მცირე ერები, მხოლოდ ახალი ტექნოლოგიებით შეძლებენ.

სადისერტაციო ნაშრომში დიდი ყურადღება დაეთმო, საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომების, განსაკუთრებით კი, მათი ფენომენის შესწავლას ჰიბრიდული ომის⁴ ფორმატში. აღნიშნული საკითხი სამეცნიერო ლიტერატურაში ნაკლებად არის წარმოჩენილი და ამ მიმართულებით განხორციელებული ნაშრომებით არც თუ ისე განებივრებულია თანამედროვე ქართული სამეცნიერო-აკადემიური საზოგადოება. დღეისათვის, აღნიშნული თემატიკა, როგორც ეროვნული უსაფრთხოების გარემოს ერთ-ერთი ყველაზე მოწვევადი ფაქტორი, არ წარმოადგენს ინტენსიური ხასიათის კვლევის ობიექტს. პრაქტიკულად, ჩემ მიერ წარმოდგენილი სადისერტაციო ნაშრომი, ერთ-ერთი პირველია, რომელშიც მეცნიერულ დონეზეა გაანალიზებული და გადმოცემული საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომების ფენომენი და მათი როლი და ადგილი რეგიონულ დონეებზე მიმდინარე სამხედრო კონფლიქტებში. სწორედ, აღნიშნული ფაქტორები, კიდევ ერთხელ, ხაზს უსვამს მოცემული დისერტაციის ღირებულებას.

⁴ მაისაია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2020, გვ. 176

პოლიტიკური საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების და გეოპოლიტიკური პიარის განვითარება მთავარი ინსტრუმენტია საქართველოს სუვერენიტეტისა და ტერიტორიული მთლიანობის შენარჩუნების და დაკარგული ტერიტორიების დაბრუნების საქმეში. საქართველოს ჩართულობა ევროპული და ევროატლანტიკური ინტეგრაციის პროცესებში თვალსაჩინოდ გამოხატავს ასეთი ტექნოლოგიების გამოყენების აუცილებლობას. ევროკავშირზე საუბრისას, ყურადღების მიღმა არ უნდა დაგვრჩეს ის შემაფერხებელი ფაქტორი, როგორც რუსეთის ფედერაციაა, რომელსაც თავის მხრივ, გააჩნია საკუთარი „საინფორმაციო ბრძოლის სტრატეგია“ და ამ ქვეყნის სამხედრო დოქტრინაში ნათლად არის წარმოჩენილი საინფორმაციო ომის წარმოების მექანიზმები, მათ შორის, რეგიონულ დონეზე და მისი ამგვარი ქმედებები უკვე წარმოადგენენ მთავარ საფრთხეებს და გამოწვევებს საქართველოსთვის. მიმაჩნია, რომ ევროკავშირის მხარდაჭერა საქართველოს ტერიტორიული მთლიანობის საკითხთან დაკავშირებით უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. სწორედ ეს თანადგომა, ერთ-ერთი შემაკავებელი ბერკეტია საქართველოსთვის რუსეთის აგრესიის წინააღმდეგ. ჩემი აზრით, პოლიტიკური პიარის კონტექსტში, ამ ურთიერთობის გაანალიზება, საქართველოს ეროვნული ინტერესების რეალიზაციის ერთ-ერთი მთავარი ამოცანა უნდა გახდეს.

კვლევის მიზნები და ამოცანები

კვლევის ძირითად მიზანს წარმოადგენდა, პოლიტიკური პიარის როლი ეროვნული უსაფრთხოების ფარგლებში, საფრთხეების შეფასება, მანიპულაციების გავლენის შესწავლა და გარკვეული რეკომენდაციების მოწოდება ფართო საზოგადოებისათვის. განვიხილეთ შესაძლო სცენარები და მოლოდინები, პოლიტიკური პიარის ხელსაწყოები, მათი გამოყენების ეთიკა და რელევანტურობა. სოციალური ქსელების როლი და მნიშვნელობა დღევანდელი პოლიტიკური პროცესების ასპექტში. მათ შორის, მედიის, როგორც მანიპულაციების გავრცელების იარაღის მნიშვნელობა და როლი თანამედროვე საქართველოში. მცდარი ინფორმაციით მიყენებული დარტყმები და პოლიტიკური პიარი, როგორც

„რბილი ძალა“. განვიხილეთ, პოლიტიკური პიარის მეშვეობით, პოლიტიკური პროცესების ერთგვარი ფსიქოდიანოსტიკა და მანიპულაციების როლი მასობრივი აზრის ფორმირებაში, „ფეიკ ნიუსი“, როგორც „რბილი ძალის“ ერთგვარი ტექნოლოგია, მისი არსი და მნიშვნელობა სახელმწიფოთშორის პოლიტიკურ პროცესებში.

კვლევის ძირითად ამოცანას წარმოადგენდა, თანამედროვე პოლიტიკური პიარის და ტექნოლოგიების როლის და ადგილის განსაზღვრა ეროვნული უსაფრთხოების პროცესების დაგეგმვაში და შესაბამისად გამოგვეკვეთა რა ადგილს იკავებს პოლიტიკური კომუნიკაცია, როგორც ერთ-ერთი საშუალება პოლიტიკურ სისტემაში. ამასთანავე, რა გავლენა შეიძლება იქონიოს საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების სისტემაზე პოლიტიკური პიარის მოვლენამ. შეიძლება თუ არა მეზობელი ქვეყნების საინფორმაციო ომმა გავლენა იქონიოს საქართველოზე და პოლიტიკური კურსი შემაფერხებელი ასპექტი გახდეს და რა პრევენციული ღონისძიებები უნდა შემუშავდეს საინფორმაციო ომებისგან თავდაცვის მიზნით. განვიხილეთ, პროპაგანდისა და „ფეიკ ნიუსის“ როლი და გავლენის პარამეტრები პოლიტიკური კამპანიების, მათ შორის, საარჩევნო პროცესების კონტექსტში. სადოქტორო ნაშრომის ფარგლებში, შემუშავდა მთელი რიგი პრევენციული ღონისძიებები და რეკომენდაციები.

კვლევის საგანი და ობიექტი

კვლევის ობიექტია: პოლიტიკური პიარის გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე, მისი შედეგების გამოყენება პრაქტიკულ დონეზე.

კვლევის საგანს კი წარმოადგენს საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების წინაშე არსებული გამოწვევების აღქმა პოლიტიკური პიარის რაკურსით.

თემის მეცნიერული სიახლე

კვლევის უნიკალურობას განაპირობებს ის გარემოება, რომ იგი განხორციელდა მულტიდისციპლინური სამეცნიერო კვლევების ფორმატში (მაგალითად: უსაფრთხოების, პოლიტიკური, პიარის, მარკეტინგის, სოციალური და კოგნიტიური ფსიქოლოგიის, საერთაშორისო ურთიერთობების და ა.შ.). ამასთან ერთად, ყურადღება გამახვილდა, თუ როგორ შეიცვალა მსოფლიო პოლიტიკური სისტემა გლობალური კომუნიკაციის ფარგლებში, როგორც სიმეტრიული, ისე ასიმეტრიული საფრთხეების⁵ განვითარების ფონზე. პირველად მოხდა ტერმინ „პოლიტიკური კონსალტინგის“, ასევე კიდევ უფრო მოდერნიზებული ვარიანტის - მულტიეროვნული მედია-კორპორაციების, როგორც საინფორმაციო სტრატეგიის შემქმნელი და რეალიზატორი არასახელმწიფოებრივი აქტორის⁶ და მისი კლასიფიკატორის (იმიჯოლოგიის, პროპაგანდირება, კომპრომატების დოსიე, აგიტაცია და ა.შ.), განსაზღვრა და შემოტანის მცდელობა პოლიტიკურ ლექსიკონში და ტერმინოლოგიურ სივრცეში, რაც ძალიან აქტუალური თემაა საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების დაგეგმვის პირობებში.

ნაშრომის მეცნიერულ სიახლეს წარმოადგენს, საინფორმაციო პოლიტიკური სივრცის ფსიქოლოგიური გავლენის შესწავლა და მისი როლის განსაზღვრა პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში. კვლევის დროს დადგინდა, რომ პოლიტიკურ პიარს აქვს მნიშვნელოვანი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე. ასევე, ნათელი გახდა, რომ პროპაგანდის მიმართ პოტენციური ამომრჩეველი ლოიალურია, ხოლო პოლიტიკოსის გამოსვლების მიმართ ცალსახად ნეგატიური. წარმოვაჩინეთ, იდეალური ლიდერის მოდელი და მისი ნიშანთვისებები. ულტრათანემედროვე კვლევის ფარგლებში, რომელიც ჩატარდა ბიოფიდბექისა და ნეიროფიდბექის აპარატებზე ნათლად გამოჩნდა, რომ ელექტორატი და საერთოდ

⁵ მაღრაძე მ., მაისაია ვ., „21-ე საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა - რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ. 25

⁶ მაისაია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2020, გვ. 296

ადამიანი, მათ შორის ყველაზე კეთილგანწყობილიც კი კვლევის ავტორის, ან ინტერვიუერის მიმართ, პასუხების გაცემისას საშუალოდ 30%- იტყუება, რაც ექვევებში აყენებს ასეთი ტიპის კვლევების ვალიდურობას. შევისწავლეთ პოლიტიკური პიარისა და უსაფრთხოების საფუძვლები და მათი ინტერესების გადაკვეთის მომენტები, ასევე მოცემულ პროცესებში არსებული საფრთხეები.

კვლევაში წარმოდგენილია ცამეტი მეცნიერული სიახლე, მათ შორის ოთხი ახალი ტერმინი: “უსაფრთხოების მარკეტინგი”, “ფსიქიკური ეკოლოგიის ეროვნული საფრთხე”, “ინფორმაციის პარადოქსული ან/და კონტრასტული ეროვნული საფრთხე” და “მედია უსაფრთხოება ან/და კომუნიკაციის უსაფრთხოება”. ვფიქრობ, რომ ახალი ტერმინების დამკვიდრება კვლევას სძენს მეტ აქტუალობას.

ვეცადეთ შეგვესწავლა ტყუილი „ფეიკ ნიუსის“ კონტექსტში და ის თუ, როგორ უნდა მოხდეს ეროვნული უსაფრთხოების დონეზე, ტყუილი ინფორმაციის განეიტრალებაზე პროფილაქტიკური სტრატეგიის შემუშავება, რაც უდავოდ შესაძლებელს გახდის პიარის შესაძლებლობების გაფართოებას. მკვეთრად გამოიკვეთა რომ მნიშვნელოვანია, პოლიტიკურ მანიპულაციებზე წინმსწრები სამუშაოების ჩატარება, რადგან დაგვიანებული რეაქციები ვნებს პროცესს და წამგებიან პოზიციაში ამყოფებს სახელმწიფოს და სუბიექტს. მით უფრო, რომ პრობლემათა დიდი ნაწილი უკვე რეაქტიულ ფაზაში გვაქვს.

გამოიკვეთა, რომ პოლიტიკურ პიარს გააჩნია კონკრეტული სახის ინდიკატორები, როგორცაა პროპაგანდა და „ფეიკ ნიუსი“, მათი ურთიერთკორელაცია და სისტემატიზებული სახე ვნებს პოლიტიკურ პროცესებს, ქმნის დიდ საფრთხეს, როგორც ქვეყნის შიგნით ასევე გარეთ. გამოსავალი კი არის, იმაში რომ მაქსიმალურად ღია და გამჭვირვალე იყოს პროცესი და თავად არ იყენებდეს სახელმწიფო უწყება პიარის არაეთიკურ ინსტრუმენტებს ინფორმაციის გადასაფარად, არამედ იყოს ღია და ინდივიდის დონეზე ხდებოდეს საპასუხო რეაქციები არასუბორდინაციულად, რადგან ამ პროცესში დაკარგული დრო საპასუხო რეაქციას მეტწილად აგვიანებს და აფერხებს სრულ პროცესს, ქმნის ეროვნულ რისკებს. მაგრამ ცხადია ეს არ გამოირიცხავს იმას, რომ მტკივნეული და მნიშვნელოვანი საკითხების ირგვლივ არსებობდეს მდგრადი „მესიჯბოქსი“,

რომლის მოდიფიკაციას სხვადასხვა დონის საჯარო გამომსვლელი თავად აყალიბებს.

გამოიკვეთა „ფეიკ ნიუსის“ არსი, მისი კლასიფიკაცია და მიმართება ეროვნულ უსაფრთხოებასთან. აღინიშნა, რომ „ფეიკ ნიუსს“ აქვს სხვადასხვა სახე და კლასიფიკატორები, რომლებიც მეტწილად მიემართება პოლიტიკურ პროცესებს და მნიშვნელოვანი ნეგატიური გავლენა აქვს მათზე. ცრუ ინფორმაციას, შეუძლია დააზიანოს ლიდერის, ასევე ქვეყნის რეპუტაცია და გამოიწვიოს ეროვნულ დონეზე აზრის ფიქსაცია. გამოიკვეთა, რომ ჩვენს ქვეყანას ამ ეტაპზე არ გააჩნია საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური კომუნიკაციის სტრატეგია ტაქტიკურ დონეზე და ასევე ვიმსჯელებთ მისი არსებობის აუცილებლობასა და მნიშვნელობაზე.

ულტრათანამედროვე კვლევა, ერთდროულად ორ აპარატზე ჩატარდა, ნეიროფიდბექსა და ბიოფიდბექზე, რომლის ფარგლებშიც მიღებული შედეგები გავლენას მოახდენს წინასაარჩევნოდ ზოგადად კვლევით ინდუსტრიაზე, წვლილს შეიტანს ფეიკ ნიუსების განეიტრალებაში და ხელს შეუწყობს პოლიტიკურ ფიგურებს დახვეწილად წარმოაჩინონ თავი საარჩევნო პლატფორმაზე.

საკვლევი კითხვა/კითხვები

1. რა ტიპის გავლენა აქვს პოლიტიკურ პიარს ეროვნული უსაფრთხოების სისტემაზე საქართველოში?
2. რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან?
3. რა როლი ენიჭება პოლიტიკურ პიარს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას?
4. რამდენად დამაზიანებელია ფეიკ ნიუსის ფაქტორი ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე?
5. რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში?
6. აქვს თუ არა საქართველოს ეროვნული კომუნიკაციების სტრატეგია და რა როლი ენიჭება მას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში?

ჰიპოთეზა

(H1): საქართველოში პოლიტიკურ პიარს აქვს მნიშვნელოვანი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე და გააჩნია კონკრეტული სახის ინდიკატორები: ყალბი ინფორმაცია და პროპაგანდა.

(H2): პროპაგანდა მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია საარჩევნო პროცესების სამართავად და დადებითი გავლენა აქვს ამომრჩევლის პოლიტიკურ გადაწყვეტილებაზე.

კვლევის თეორიული ბაზა

კვლევის დამუშავების დროს გამოვიყენე უსაფრთხოების, პოლიტიკის, პიარის, მარკეტინგის, ფსიქოლოგიის და საერთაშორისო ურთიერთობების თეორიები. დასამუშავებელი თემის სპეციფიკიდან გამომდინარე, სავარაუდოდ გასათვალისწინებელია საერთაშორისო ურთიერთობების თეორიული სკოლების ის სამეცნიერო პარადიგმები, რომლებიც ეხმიანებიან თემის ფარგლებში საკვლევ ობიექტებს. მოკლედ წარმოგიდგენთ, თეორიებს, რომლებსაც სადოქტორო ნაშრომის კვლევის დროს დავეყრდენი და გამოვიყენე საკვლევ მიზნის მისაღწევად. განვიხილე „სოციალური კონსტრუქტივიზმის თეორია“, რომლის ფარგლებშიც, საერთაშორისო პოლიტიკურ სისტემაში სოციალური ურთიერთობების მნიშვნელობაზეა მსჯელობა. კონსტრუქტივისტების აზრით, მატერიალური პრინციპები სოციალურიცაა და არა პირიქით. ამიტომაც, სოციალიზაციის ფაქტორი მნიშვნელოვანი გარემოებაა სოციალურ ჯგუფებს შორის კომუნიკაციის დასამყარებლად და განსავითარებლად. პოლიტიკური პიარი, თავის მხრივ, წარმოადგენს გამართული კომუნიკაციის მთავარ საყრდენს, ვინაიდან კომუნიკაციის გამართულ მუშაობას ხელს უწყობს ველი, რომელშიც ჩნდება ესა თუ ის კავშირი და ერთობა. გამოვიყენე „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია (Cooperative Security): რომელიც მიიჩნევს, რომ ქვეყნებს შორის კავშირების მტკიცე განმაპირობებელ ფაქტორად საერთო საფრთხის აღქმა უნდა ჩაითვალოს. საერთო საფრთხის აღქმის შემდეგ, თანამშრომლობით კავშირში

შესაძლებელია გაერთიანდნენ ისეთი ქვეყნებიც კი, რომლებსაც განსხვავებული იდეოლოგიური პრინციპები გააჩნიათ. კავშირების გაძლიერება ხელს უწყობს კომუნიკაციის ფართო მასებზე გავრცელებას და ინფორმაციის ტემპის, ტემპერატურის და გამავლობის ფაქტორს. **„უსაფრთხოებისზაციის თეორია“:** (Securitization theory). თეორიის ფარგლებში, გამოკვეთილია ნეორეალისტური ხედვა პოსტ-ინდუსტრიულ ეპოქაში საფრთხეების იდენტიფიკაციის მნიშვნელობის შესახებ. საფრთხეების დროული დანახვა და პროცესებისადმი მზაობა ეროვნულ უსაფრთხოებაში უდავოდ დაცვითი მექანიზმია, ხოლო პიარი მთელ ამ პროცესში დამკვირვებელი, ზედამხედველი და კონცენტრაციების განმსაზღვრელია. იმ ეპოქაში, როდესაც ინფორმაცია იგებს და აგებს ომს, როდესაც სამყარო მოწყვლადია მცდარი ინფორმაციის გავლენებისგან, ეს თეორია ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია მოცემულ კვლევაში. **ცნობილია, რომ ჯოზეფ ნაის “რბილი ძალის” თეორია:**⁷ წარმოადგენს ნეოლიბერალური საერთაშორისო ურთიერთობების სკოლის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან თეორიულ ნარატივს. ნაშრომში „ამერიკული ძალის შეცვლის ბუნება“, მეცნიერმა იგი შემდეგი განმარტებით განსაზღვრა: „რბილი ძალა“⁸ არის უნარი მიაღწიოს იმას, რაც სასურველია მოკავშირეთა ნებაყოფლობითი მონაწილეობით და არა იძულებით ან გადასახადებით“. ტერმინი „რბილი ძალა“ ფართო მეცნიერულ გამოყენებაში დანერგა ამერიკელმა მეცნიერმა ჯ. ნაიმ 90-იანი წლების დასაწყისში ბერლინის კედლის დაცემის შემდეგ, როდესაც საბჭოთა იდეოლოგიამ დაკარგა მიმზიდველობა და კონკურენტუნარიანობა. სინამდვილეში, ძალა, რომელიც საერთაშორისო ურთიერთობათა მეცნიერებაში ტრადიციულად, ძალზე აბსტრაქტული და რთული იყო ცვლადის გასაზომად, ჯ. ნაიმ განსაზღვრა, როგორც „რადაცის გაკეთების და სხვების კონტროლის უნარი, ან იძულება სხვების მიმართ,

⁷ Joseph S. Nye, Jr., “Soft Power: The Means to Success in World Politics – 4 - Wielding Soft Power”, New-York, 1990, p.p.1-28

⁸ მალრაძე მ., და მასაია ვ., „21-ე საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა - რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ. 71

მათ გააკეთონ ისეთი რამ, რასაც იძულებით არ გააკეთებდნენ”⁹. „რბილი ძალის“¹⁰ კონცეფციის თეორიული განვითარების გაანალიზებით, შესაძლებელია დავასკვნათ, რომ „რბილი ძალა“ არის მასობრივი გავლენის იარაღი, რომელიც არ ჩამორჩება თანამედროვე სამხედრო საშუალებებს. მისი ეფექტი იმდენად შთამბეჭდავია, რომ თუ „ხისტ ძალას“ შეუძლია ობიექტის განადგურება, მაშინ „რბილი ძალა“ აიძულებს მას ნებაყოფლობით წავიდეს საგნის მხარეს, ამ უკანასკნელის ღირებულებებისა და რწმენის გაზიარებით. ისევე, როგორც ნებისმიერი იარაღი, რბილი ძალის გამოყენება გულისხმობს პასუხისმგებლობას და მისი გამოყენების ცნობიერ მიდგომას. მიზანი არ უნდა ამართლებდეს საშუალებებს. თემის ფარგლებში პიარის მანიპულაციის ინსტრუმენტებს განვიხილავ, როგორც „რბილ ძალას“ და ამ ასპარეზზე მანიპულაციების უაღრესად დიდ როლს ვუსვამ ხაზს. უნდა გამოვყო, ასევე პოლიტიკური რეალიზმის თეორია, რომელიც კვლევის პროცესში გამოვიყენე, ის ემყარება თეზისს, რომ საერთაშორისო ურთიერთობების სისტემა ექვემდებარება ობიექტური კანონების მოქმედებას, რომლებიც დაფუძნებულია ადამიანის ბუნებაში. შესაბამისად, სახელმწიფოების ქცევის რაციონალურად ახსნა, გაანგარიშება და პროგნოზირება შესაძლებელია. პოლიტიკური რეალიზმის თეორიის ძირითადი ელემენტებია „ეროვნული ინტერესების“ და „სახელმწიფოს ძალაუფლების“ კატეგორიები. აქვე იკვეთება, თუ როგორ განსაზღვრავს პოლიტიკური რეალიზმი ეროვნული უსაფრთხოებას¹¹ რაობას და მის მიმართებას ქვეყნის პოლიტიკური გადაწყვეტილების ფორმულირების კონტექსტში. სწორედ პოლიტიკური რეალიზმის ფარგლებში წარმოიშვა „ეროვნული უსაფრთხოების თეორია“, რომელიც ფუნდამენტური მეცნიერების ინტერდისციპლინარული მიმართულებაა, რომელიც სწავლობს პიროვნების, საზოგადოებისა და სახელმწიფოს ეროვნული ინტერესების დაცვის

⁹Nye J., „Bound to Lead: The Changing Nature of American Power“, Basic Book Publication, New-York, 1990, p.56

¹⁰ მაღრაძე მ., და მასიაია ვ., „21-ე საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა - რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ. 72

¹¹ მაღრაძე მ., და მასიაია ვ., „21-ე საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა - რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ.72

მდგრადობას სხვადასხვა საფრთხისგან. ეროვნული უსაფრთხოების თეორიის ძირითადი ამოცანებია: უსაფრთხოების საკითხებზე მეცნიერული ცოდნის მიმოხილვა, მათი კლასიფიკაცია, იდეოლოგიური საფუძვლის, განვითარების დონის თავისებურებების დადგენა, აგრეთვე ეროვნული უსაფრთხოების ზოგადი თეორიის აუცილებლობისა და შესაძლებლობის დასაბუთება და მისი გადაჭრის ამოცანები. კვლევა ერთდროულად ორ ფუნდამენტურ მეცნიერებას პოლიტიკურ მეცნიერებებს და საზოგადოებასთან ურთიერთობას (პიარს) მოიცავს, ამასთან, მნიშვნელოვანი აქცენტი კეთდება ეროვნულ უსაფრთხოებაზე, ბუნებრივია, რომ ეს ნარატივი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საყრდენია თემის კვლევის პროცესში. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მანიპულაციების ფსიქოლოგიური ზეგავლენა უმთავრესია, თუ როგორ იღებს ადამიანი გადაწყვეტილებას საარჩევნო პროცესში, რა უბიძგებს მას მოქმედებისკენ, ან რა მომენტში იცვლის აზრს. ამ კონტურების გამოსაკვეთად გამოვიყენე მთელი რიგი ფსიქოლოგიური თეორიები: **განწყობის თეორია**¹² - დ. უზნაძე - ქვევის მიზანშეწონილობის საკითხის შესასწავლად დიმიტრი უზნაძემ დაასკვნა, რომ ადამიანის ქცევა ფსიქიკით იმართება და მიზანშეწონილად მიმდინარეობს, ანუ ცოცხალი არსება გარემოში თავისი “მიზნების” შესაბამისი აქტივობის განხორციელებას ახერხებს. მას მიაჩნდა, რომ უნდა არსებობდეს ფსიქიკური მექანიზმი, რომელიც ამ პროცესს უზრუნველყოფს. მეცნიერმა ხანგრძლივი ძიების შემდეგ ჯერ თეორიულად დაადასტურა, ხოლო შემდეგ ემპირიულად, მიაგნო მექანიზმს და მას განწყობა უწოდა. ნებისმიერ ქცევას, დიმიტრი უზნაძის მიხედვით, წინ უსწრებს განწყობის აღმოცენება. ქცევას წინ უსწრებს მოთხოვნილება, ადეკვატური განწყობა. საჭიროა, არსებობდეს მოთხოვნილება და სიტუაცია, რომელიც მოიცავს ამ მოთხოვნილების დაკმაყოფილების ფაქტორებს. განწყობა არის ფსიქოფიზიკური მზაობის მდგომარეობა. განწყობის არსებობის გარეშე ადამიანი ვერაფერს გააკეთებდა, ყველა ფსიქიკურ პროცესს, ყველა ჩვენს ქცევას განწყობა ამოდრავებს და აძლევს მიმართულებას. განწყობა არაცნობიერია. იგი შედგება სუბიექტური და

¹² უზნაძე დ., “ზოგადი ფსიქოლოგია”, გამომცემლობა “საქართველოს მაცნე”, თბილისი, 2018, გვ. 80-123

ობიექტური ფაქტორებისაგან. სუბიექტურ ფაქტორს განეკუთვნება მოთხოვნილება; ობიექტურ ფაქტორს კი სიტუაცია. განწყობის თეორიის მიხედვით, თუ ადამიანს, ან ადამიანთა ჯგუფს, ან საზოგადოებას შეუქმნი რაიმე მოთხოვნილებას და ჩააყენებ ისეთ სიტუაციაში, რომ ამ მოთხოვნილების დაკმაყოფილება შესაძლებელი გახდება – განწყობაც აღმოცენდება. სწორედ ამიტომ რომ ნებისმიერი არჩევნები განწყობების და შეთავაზებების თანხვედრაა, ჩემთვის საინტერესო გახდა პოლიტიკური კვლევის საგნად მექცია განწყობა, როგორც ფუნდამენტი საარჩევნო პროცესებში, განწყობა მანიპულაციის პროცესებში და განწყობა ტყუილი ინფორმაციის მოსმენა-დანახვის პროცესში. ასევე ყურადღება გამახვილდა, **სოციალური დასწავლის შესახებ თეორიაზე** - რადგან სოციალური დასწავლის თეორია, რომელიც ალბერტ ბანდურას ეკუთვნის იმ იდეაზეა დაფუძნებული, რომ ადამიანები სხვებთან ინტერაქციით სოციალურ კონტექსტში სწავლობენ. ისინი აკვირდებიან სხვა ადამიანებს და იწყებენ მსგავსად მოქცევას. მეცნიერის აზრით, ადამიანებს არ მართავს არც შინაგანი და არც გარეგანი ძალები, მისი ქცევა დამოკიდებულია სამ კომპონენტზე: ყურადღება, მეხსიერება და მოტივაცია. სწორედ ამიტომ, მას ხშირად ბიჰევიორიზმისა¹³ და კოგნიტიური ფსიქოლოგიის თეორიების დამაკავშირებელსაც უწოდებენ. დღეისათვის მოცემულ თეორიას სოციალურ-კოგნიტიურ თეორიას უწოდებენ. სოციალური დასწავლის თეორია საკვლევი თემის ასპექტში საინტერესოა, როგორც ინფორმაციის გავლენების და მანიპულაციებზე მასების რეაგირების საკითხი. გლობალიზაციის პირობებში, როდესაც ინფორმაცია ელვის სისწრაფით ვრცელდება და მასში ტყუილ-მართლის დადგენა უფრო და უფრო რთული ხდება, მნიშვნელოვანია ვიმსჯელოთ, თუ როგორ ხდება მოცემული ინფორმაციის მიღება და მასზე რეაგირება, ქმნის თუ არა ერთგვარი დასწავლა მასობრივ წინააღმდეგობას და საერთო ჯამში ეროვნულ რისკებს, როგორც სახელმწიფო დონეზე, ასევე უფრო ფართო მასშტაბებზე. რადგან ალბერტ ბანდურა ამბობს, რომ სწავლა შეიძლება განხორციელდეს ქცევაში ცვლილების გარეშე, ყოველთვის არ

¹³ ჰეივუდი ე., პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, 2007, გვ. 545

საჭიროებს განმტკიცებას და დასწავლის ერთ-ერთი ძირითადი კომპონენტი არის ქცევაში მუდმივი ცვლილება. ნაშრომში აქცენტი გაკეთდა, **კოგნიტიური დისონანსის თეორიაზე**, რომელიც - ფსიქოლოგმა ლეონ ფესტინგერმა შექმნა კოგნიტიური დისონანსის თეორია 1957 წელს. მეცნიერის შეხედულებით, კოგნიტიური დისონანსი ხდება მაშინ, როდესაც ადამიანების აზრები და გრძნობები არ შეესაბამება მათივე ქცევას, რაც იწვევს არასასიამოვნო და არაკეთილსინდისიერ შეგრძნებას. კოგნიტიური დისონანსის დროს ადამიანებს აქვთ მოთხოვნილება შეამცირონ დისკომფორტის შეგრძნებები - ზოგჯერ მათთვის გასაკვირი ან მოულოდნელი გზითაც. ლეონ ფესტინგერი ვარაუდობს, რომ დისონანსის შემცირება ადამიანის ფუნდამენტური მოთხოვნილებაა. ზოგჯერ, როდესაც ადამიანებს სთხოვენ გარკვეული გზით იმოქმედონ, მათ შეიძლება შეცვალონ თავიანთი დამოკიდებულება მოცემულ ქცევასთან. მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ ხშირად ვფიქრობთ, რომ ჩვენი მოქმედებები ჩვენი რწმენებისგან გამომდინარეობს. ლეონ ფესტინგერი და კარლ სმიტი ამტკიცებენ, რომ ეს ქცევა სხვაგვარად შეიძლება იყოს წარმოდგენილი: ჩვენმა ქმედებებმა შეიძლება გავლენა იქონიონ იმაზე, რისიც ჩვენ გვჯერა. თუ ჩვენ განვახორციელებთ მოქმედებას ჩვენი გააზრებული რწმენების წინააღმდეგ, მაგალითად ჩვენდაუნებურად ჩავერთვებით კამპანიაში, რომლის მიმართაც არ გვაქვს დიდი ინტერესი, პატივისცემა და აღიარება, დროთა განმავლობაში შეიძლება გაგვიჩნდეს მოთხოვნილება მოგვწონდეს ესე თუ ის ჯგუფი, ვალიართ ლიდერი და ა.შ რადგან ნებისმიერი ქცევა ბიჰევიორიზმს მიაჩნია დასწავლის საგნად, საინტერესო გახდა **ბიჰევიორისტული თეორიის გამოყენება** - თეორიის ავტორი ჯონ უოტსონია, რომელიც აკვირდებოდა და სწავლობდა ადამიანის ქცევას და მასზე სტიმულის რეაქციას. მისთვის ქცევა სტიმულზე რეაგირებაა და მეტი არაფერი, რასაც გადმოსცემდა (S R) ცნობილი სქემით. ავტორი ორ მიმართულებას გამოყოფს ადამიანის თანდაყოლილ ანუ რესპოდენტულ და ოპერანტულ რეაქციას (დასწავლილი, განმტკიცებული). საინტერესოა რა ტიპის სტიმულზე აქვს რეაქცია პოლიტიკური არჩევნების დროს ამომრჩეველს, ან რა შემთხვევაში ცვლის გადაწყვეტილებას.

კვლევის დროს საინტერესო გახდა, გუსტავ ლი ბონის „მასების ფსიქოლოგიის“ თეორია, რადგან აღნიშნული თეორია, განსაზღვრავს თუ რა ფაქტორები მოქმედებენ მასებზე და როგორ ხორციელდება მათი მართვა, ან მოთხოვნების დაკმაყოფილება. აღნიშნული თეორია ერის მენტალობის აღწერას ეძღვნება, ისევე როგორც ბრბოს მენტალობის შესწავლას. საერთო თვისებები, რომლებიც მემკვიდრეობით არის განპირობებული ერთი და იმავე ერის ინდივიდებში, ამ ერის მენტალობის შემადგენელია. მაშინ, როდესაც ასეთ ინდივიდთა გარკვეული რაოდენობა მოქმედ ბრბოს ემნიან, დაკვირვება გვიჩვენებს, რომ ინდივიდთა ასეთი დაახლოების შედეგს ახალი ფსიქოლოგიური თვისებები წარმოადგენს, რომლებიც არა მხოლოდ უპირისპირდებიან ერის ხასიათს, არამედ ხშირად მისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან კიდევ. ორგანიზებული ბრბო ყოველთვის დიდ როლს თამაშობდა ერების ცხოვრებაში, მაგრამ არასოდეს ჰქონია მას ისეთი მნიშვნელობა, როგორც დღეს. აღნიშნული თეორია გამოვიყენე პოლიტიკური პროპაგანდის ფენომენის გამოსავლენად და კიდევ უფრო გასამყარებლად, რომელიც უშუალოდ მოქმედებს ეროვნული უსაფრთხოების პროცესებზე და დადგინდა ასევე სავლელე ექსპერიმენტის მეშვეობით მისი გარდაუვალი საჭიროება.

სადისერტაციო კვლევის მეთოდოლოგიური საფუძვლები ფართო და ტევადია. ამიტომაც, მოხდა თითოეული ამ მიმართულებების კონცეფციების მიმოხილვა და გაანალიზება, კვლევის ჰიპოთეზის გამყარება, საჰიპოთეზო კითხვებზე შესაბამისი არგუმენტირებული პასუხების გაცემა. სხვა რაკურსით განვიხილეთ ორი განსხვავებული საერთაშორისო ურთიერთობების თეორია - ბარი ბუზანის „სეკიურიზაციის თეორია/კოპენჰაგენის სკოლა“, რომელიც უშუალოდ განიხილავს, თუ რამდენად ფართოა საფრთხეების იდენტიფიკაციის ფაქტორი, უსაფრთხოების სექტორის ფორმატში, სადაც ორი მათგანი წარმოადგენს ეკონომეტრიულ მიმართულებას - ეკონომიკური უსაფრთხოება და საზოგადოებრივი უსაფრთხოება, რომელთაც შეუძლიათ სრულად შეცვალონ სამყაროს გეოეკონომიკური ლანდშაფტი. მეორე საინტერესო თეორიული მიდგომაა - რიჩარდ კოენის „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ კონცეფცია, სადაც აღწერილია საერთაშორისო უსაფრთხოების ჩამოყალიბების რეალური

განვითარების სცენარი და გათვლილია, რომ ამ სცენარის მიხედვით გლობალური უსაფრთხოების პირობებს დაიცავენ და განსაზღვრავენ სახელმწიფოებრივ აქტორებთან ერთად სახელმწიფოთაშორისი ორგანიზაციები, სახელმწიფოებრივი კორპორაციები და ასევე არასახელმწიფოებრივი აქტორებიც.

კვლევის მეთოდები და მეთოდოლოგია

თემის კვლევის პროცესში გამოვიყენე შემდეგი მეთოდები. მათ შორის: ინტერვიუ სფეროს ექსპერტებთან, რათა სხვადასხვა შეხედულებას გავცნობოდი, გამოცდილი და კომპეტენტური ხედვები მომესმინა, საერთო წარმოდგენა შემექმნა, იმისათვის რომ მოვლენათა უფრო ფართო სურათი დამენახა. გამოვკითხე სხვადასხვა დროის მაღალი თანამდებობის პირები, რომლებიც ძალოვან სტრუქტურებში მუშაობდნენ, პარლამენტარები და ფსიქოლოგები, პიარ სპეციალისტები, როგორც კერძო, ასევე სახელმწიფო უწყებებიდან. გავერკვიე, თუ რა წინააღმდეგობებს ხვდებოდნენ სამუშაო პროცესებში, ასევე, გავიგე მცდარი ინფორმაციის მართვის მათი სტრატეგიები და ბერკეტები, ტაქტიკა და ხედვა. ინტერვიუ ჩამოვართვი სახალხო დამცველს და ცესკოს ყოფილ თავმჯდომარეს, რადგან საარჩევნო პროცესის ორივე მხარე დამენახა, შემსრულებელი და მეორე მხრივ ერთგვარი ზედამხედველი. პოლიტიკურ მანიპულაციებში ჩართული ფსიქოლოგები, რომლებსაც უშუალო შეხება ჰქონდათ პოლიტიკური კანდიდატების მომზადების პროცესში, ასევე სხვადასხვა პოლიტიკური კამპანიების დაგეგმარების პროცესებში, კიბერ უსაფრთხოების სფეროს წამყვან სპეციალისტს გავესაუბრე, რომელიც შეეხო კიბერ გამოწვევებს და საარჩევნო სქემაში მანიპულაციების როლზე გაამახვილა ყურადღება. ინტერვიუებით შევეცადე გამემიჯნა პოლიტიკური პიარი არაეთიკური პიარისგან და გარე მეთვალყურის პოზიციიდან დამენახა მათი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე.

ასევე, გამოვიყენე სიტუაციური ანალიზი, რათა ქართული პოლიტიკური პროცესების რეალობა პოლიტიკურ მანიპულაციებთან კვეთაში უფრო ნათლად აღმეწერა. წარმოვადგინე, სიტუაციური ანალიზის ორი აქტუალური შემთხვევა:

„კოვიდ პანდემია“ და „ლუგარის ლაბორატორია“, ცოცხალი მაგალითებით აღვწერე, რა პროცესი გაიარა ამ წლების განმავლობაში საქართველომ და როგორ გაუმკლავდა მანიპულაციების შემოტევებს.

ასევე, შევასრულე ულტრათანამედროვე, მაღალტექნოლოგიური კვლევა ნეიროფიდბექისა და ბიოფიდბექის აპარატებზე, [იხ., დანართები 14;15;16;17; გვ.272;273;274] რადგან მიმაჩნია, რომ თანამედროვე ტექნოლოგიები ისეთი მძლავრი პრობლემის მიმართ, როგორც სხვადასხვა ტიპის მანიპულაციების გამოყენებაა და ის საფრთხეები, რომელიც თან ახლავს ამგვარ ქცევას, მეტად ეფექტურია. ასევე, მიმაჩნია, რომ მაღალტექნოლოგიური აპარატურული კვლევები გააუმჯობესებს პოლიტიკური პროცესების იმპლემენტაციას და ასევე მინდა ჩემი დამოკიდებულება გაგიზიაროთ კვლევის დასასრულს - მანიპულაციების კვლევა შეუძლებელია მხოლოდ დაკვირვებით, ან გამოკითხვით.

ბუნებრივია, რომ ისეთი სენსიტიური საკითხის კვლევას, როგორც მანიპულაციებია, მხოლოდ სტანდარტული კვლევის მეთოდებით გამკლავება გამიჭირდებოდა, საკმაოდ დრო დავუთმე იმაზე ფიქრს და მოძიებას, თუ როგორ გამომევლინა ტყუილი ინფორმაციის ერთგვარი დეტექტორი და მიმეგნო ზუსტად იმ საშუალებაზე, რაც დამეხმარებოდა ამ რთული მიზნის განხორციელებაში. სწორედ, ნეიროფიდბექისა და ბიოფიდბექის მეშვეობით შევძელი ის მოსაზრებები გამემყარებინა რაც თემაზე მუშაობისას მქონდა განსაზღვრული და ჰიპოთეზას წარმოადგენდა. კვლევის ინოვაციური მეთოდი თავის მხრივ შეავსო და კონტურები გამოკვეთა ინტერვიუებმა, რომელშიც გავლენიანი მეცნიერები მონაწილეობდნენ, მათი გამოცდილება და ხედვა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან უშუალოდ არიან პოლიტიკური მოვლენების მონაწილენი, მანიპულაციების დამკვირვებლები, თუ მსხვერპლნი. ექსპერტებმა, თემა გაამდიდრეს რეკომენდაციებით და ხედვით, იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა მოხდეს მწვავე პროცესების მართვა, ასევე გაამახვილეს ყურადღება პიარის მანიპულაციებზე და გაამყარეს ჩემი მოსაზრება იმასთან დაკავშირებით რომ ამ ეტაპზე, ქვეყანაში არ არსებობს კომუნიკაციის სტრატეგიის დოკუმენტი ეროვნულ დონეზე, რომელიც მეტად დამხმარე იქნებოდა ქვეყნის უსაფრთხო კომუნიკაციისათვის,

ასიმეტრიული, სიმეტრიული, თუ ფსიქოლოგიური საფრთხეებისგან დასაცავად. ბოლოს, კი უნდა აღინიშნოს სიტუაციური ანალიზი, რომელიც უზრუნველყოფს, კონკრეტულ სიტუაციებზე დაკვირვებით ქართული რეალობის ასახვას, ტყუილი ინფორმაციის მართვის არსებულ ბერკეტებს და საჭიროებებს.

სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა

1. გუგული მალრაძე, ვახტანგ მაისაია „21- საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა – რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“ , თბილისი, 2017 წელი. ავტორები წიგნში განხილავენ უსაფრთხოების პრობლემებს გეოპოლიტიკური ანალიზის დონეზე. ნაშრომში მოყვანილია ის ძირითადი სექტორები, რომლებიც დიდ გავლენას ახდენს გლობალიზაციის პირობებში კაცობრიობის უსაფრთხოებაზე, ნაშრომში დეტალურად არის განხილული: სამხედრო, პოლიტიკური, ეკონომიკური, საზოგადოებრივი, ეკოლოგიური და საინფორმაციო უსაფრთხოება. ავტორები განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ პოსტ-ბიპოლარული ეპოქის შემდეგ შეცვლილ საერთაშორისო პოლიტიკას და საერთაშორისო უსაფრთხოებას.¹⁴ მაგალითის სახით ასახელებენ საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და გეოპოლიტიკურ აქტორებს, რომლებიც ჩამოყალიბდნენ „ცივი ომის“ პირობებში, ასევე ყურადღებას ამახვილებენ დროთა განმავლობაში მათ გარდასახვაზე, როგორც „თანამშრომლობითი უსაფრთხოება“ – თეორიიდან პრაქტიკამდე; მოცემული ნაშრომი მეტად მნიშვნელოვანია ჩვენი კვლევისთვის, საინფორმაციო უსაფრთხოების კვლევის ასპექტში და განსაკუთრებით კი ფართო მასებზე გავლენების კონტექსტში, ინფორმაციის გლობალური საფრთხის ახალ გამოწვევაზე დაკვირვება და მსჯელობა მოცემული ლიტერატურის დახმარებით, ვფიქრობ, იქნება მეტად ხელშემწყობი და დამხმარე.

¹⁴ მალრაძე მ., მაისაია ვ., „21-ე საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა - რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ. 18

2. **ალექსანდრე რონდელი - „საერთაშორისო ურთიერთობები“**. თბილისი, 2006 - მოცემულ ნაშრომში ალექსანდრე რონდელი, მიჯნავს ერთგვარად სინონიმებად მიღებულ ტერმინებს და აყალიბებს საერთაშორისო ურთიერთობების, როგორც სამეცნიერო დისციპლინის დეფინიციას. ავტორის მიხედვით, საერთაშორისო ურთიერთობები ისტორიისა და სამართლის წიაღიდან გამოვიდა და მას ბიძგი მისცა პირველმა მსოფლიო ომმა, მათ შორის უმნიშვნელოვანეს განმაპირობებლად მიიჩნევა ერთა ლიგის ჩამოყალიბება. ავტორი ნაშრომში გამოყოფს და განმარტავს საერთაშორისო ურთიერთობებს როგორც სისტემას. ჩვენთვის მოცემული ნაშრომი საინტერესოა დიპლომატიური გადაწყვეტილებების მიღების კონტექსტში, თუ როგორ ხედავს ავტორი ინფორმაციის მართვის საფრთხეებს და გამტარობას საერთაშორისო სივრცეში.

3. **პოლიტიკის მეცნიერების კვლევის მეთოდები** - ავტორები ჯანეტ ბუტოფლ ჯონსონი, ჰ.ტ რეინოლდსი და დეისონ დ. მაიკოფი. წიგნი მნიშვნელოვანია მეთოდების დეტალური აღწერისთვის, რათა დამედგინა, კონკრეტულად რა მეთოდოლოგიით და მეთოდებით მეხელმძღვანელა კვლევის პროცესში.

4. **„პოლიტიკა“ ენდრიუ ჰეივუდი¹⁵** - გამოვიყენე პოლიტიკური ისტორიის შესწავლისთვის, თუ როგორ იბადებოდა სამყაროში პოლიტიკა, მისი თეორიები, რა წინააღმდეგობებს და ბარიერებს ლახავდა განვითარების პროცესში, როგორ იქმნებოდნენ და ყალიბდებოდნენ პირველი ლიდერები, რა გამოწვევების წინაშე იდგნენ ისინი. ძველი და თანამედროვე პოლიტიკური მიმართულებები და მათი აქტორები, მათი ქცევის პრინციპები და ეთიკური ნორმები დანახული პოლიტიკის თვალთ და არა პიარის ან მარკეტინგის. თემისთვის მეტად მნიშვნელოვანია ვისწავლოთ და დავაკვირდეთ ლიდერის როლს მანიპულაციების მართვის პროცესში, მის გავლენას საზოგადოების აზრსა და ცნობიერებაზე, ასევე საარჩევნო პროცესის მართვის წესებს და პრევენციულ ღონისძიებებს.

¹⁵ ტერმინის განმარტება: „ცენზურა - ნათქვამის, დაწერილის, დაბეჭდილისა, თუ წარმოდგენილის ერთჯერადი ან მიზანმიმართული კონტროლი - ზნეობრივი ან პოლიტიკური მიზანშეუწონლობის საბაზით“, ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, მესამე გამოცემა, თბილისი, 2007, გვ. 312-330

5. **რამაზ საყვარელიძის „ჰიპნოზი“** - წიგნი გვიყვება ჰიპნოზის მთელ ისტორიას დასაბამიდან დღემდე. დეტალურად აღწერს მის მნიშვნელობას და ადამიანის გამწყობებს ჰიპნოზთან მიმართებით. თუ როგორ ვლინდება ეს მდგომარეობა რა მომენტებში და რამდენად ზემოქმედებს ადამიანზე. ბევრი გვსმენია მარკეტინგული მასალების გავლენაზე ადამიანთან მიმართებაში, ასევე ხმის ჰიპნოზსა და გავლენაზე, თუმცა ასევე მნიშვნელოვანია ის ნიუანსები თუ როგორ ახორციელებს ჰიპნოტიზიორი ამ ქმედებას და რა საფრთხეები შეიძლება გამოიკვეთოს არასწორი ჰიპნოზირების პროცესში. ავტორი საჯარო გამომსვლელის და ლიდერის თვისებებზეც აკეთებს აქცენტს, მის წიგნში სრული თავი ეთმობა დილერის თვისებებს, გავლენებს და ხელსაწყობებს, რომლის მეშვეობითაც მან უნდა მოიპოვოს აღიარება. ასევე, დილერის ტექსტის ფორმირებას და სხვადასხვა ასპექტებს, რომელიც უზრუნველყოფს წარმატებულ მესიჯს, იმიჯსა და სრულ პორტრეტს.

6. **დიმიტრი უზნაძის „ზოგადი ფსიქოლოგია“**- წიგნი მიმოიხილავს მთელ ფსიქოლოგიას, დაწყებული ტერმინებიდან დასრულებული, მეთოდებით და მიმართულებებით. ფსიქიკურ პროცესებს, განწყობას, ემოციას და ქცევის ფსიქოლოგიას, აღქმის, აზროვნების, ყურადღების და წარმოსახვის ასპექტებს. მნიშვნელოვანია წიგნი პიარის მანიპულაციების დასადგენად და მათი საფრთხეების წარმოსაჩენად. ზოგადად ანალიზისთვის ნებისმიერი კვლევის პროცესში.

7. **“ფსიქოლოგიის ისტორია” ავტორი ირაკლი იმედაძე¹⁶**- წიგნში მიმოიხილულია ყველა ფსიქოლოგი რომელმაც ფსიქოლოგიაში დიდი კვალი დატოვა, რომელმაც შექმნა ეპოქები და მიმდინარეობები. სწორედ ამ წიგნის მეშვეობით შევძელი გამომეკვეთა ფსიქოლოგიის მიმართულებით ჩემთვის საჭირო თეორიები და მემსჯელა ეროვნული უსაფრთხოების ჭრილში.

¹⁶ იმედაძე ი., „ფსიქოლოგიის ისტორია, ანტიკური ხანიდან ჩვენ დრომდე“, გამომცემლობა „მწიგნობარი“, თბილისი, 2018, გვ. 7-633

8. „სოციალური ფსიქოლოგიის საფუძვლები“¹⁷ ავტორი რუსუდან ციციშვილი - მოცემული წიგნიდან გამოვიყენე ტერმინთა და თეორიების ზუსტი ანალიზი, ფსიქოლოგიის სოციალური ასპექტები და მიდგომები. გზა რომელიც ფსიქოლოგიამ გაიარა და რატომ გახდა საჭირო სოციალური ფსიქოლოგიის ცალკე მიმართულებად ჩამოყალიბება. როგორ ეჯაჭვება პიარი სოციალურ ფსიქოლოგიას, რომელიც მის ფუნდამენტს ქმნის და მასზე შენდება უკვე მისი მიმართულებით საზოგადოების, მასების ინფორმირებისა და ქცევის შეცვლის გადაწყვეტილი სტრატეგიით.

მარკეტინგის საფუძვლები ავტორები ფილიპ კოტლერი და გარი არმსტრონგი - მარკეტინგის ყოვლისმომცველი სახელმძღვანელოა, რომელიც დეტალურად აღწერს მის განვითარებას დაბადებიდან დღემდე, სირთულეებს და გადალახვის გზებს, ანალიზებს მარკეტინგის როლს სხვადასხვა სფეროსთან მიმართებაში. მნიშვნელოვანია, რომ ნაშრომი გახდა ერთგვარი სტიმული, რომ დეტალური ანალიზის პროცესში დამენახა, რამდენად საჭიროა არსებობდეს „უსაფრთხოების მარკეტინგი“, როგორც ტერმინი და შესაბამისი სპეციალისტი, რომელიც ამ პროცესს გაუწევს მონიტორინგს.

9. **“ბრენდინგი მარტივად”**¹⁸ ავტორები ბილ ჩიარავალე და ბარბარა ფინდლი ჩენჯი - წიგნი ბრენდის როლის და მნიშვნელობის შესახებ გვიყვება, დეტალურად აღწერს მიმართულებას, ცნობიერს ხდის მის მნიშვნელობას და გვაწვდის ზღვა ინფორმაციას ბრენდის ფორმირების შესახებ. ნაშრომში აღწერილია პოლიტიკოსი, როგორც ბრენდი და მთავარი აქტორი, მისი ქცევა და მის წინაშე არსებული გამოწვევები, მანიპულაციები და მათთან გამკლავების გზები, კამპანიები რომლებმაც შეცვალეს თანამედროვე სამყაროს პოლიტიკური, თუ ბიზნეს პროცესები. ჩემთვის მნიშვნელოვანია საერთაშორისო გამოცდილება შევისწავლო და შევადარო ქართული პოლიტიკური ცხოვრების ყოფას და განვითარების პროცესს.

¹⁷ ციციშვილი რ., „სოციალური ფსიქოლოგიის საფუძვლები“, საქართველოს უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2012, გვ. 30-150

¹⁸ ჩიარავალე ბ., ფინდლი ბ.ჩ., „ბრენდინგი მარტივად“, გამომცემლობა პალიტრა, „ლურჯი ოკეანე“, თბილისი, გვ. 1-408

10. **სიყვარული, ტყუილი, ემოციები და თვითშეფასება ურთიერთობაში** ავტორი **ზურა მხეიძე** - წიგნი გვიყვება კომუნიკაციის არსებითი მნიშვნელობის, გზების, სახეების, მასში ემოციების გავლენების და შედეგების შესახებ. გვთავაზობს კონფლიქტის გადაწყვეტის გზებს და გვიზიარებს პირად გამოცდილებას, როგორც ფსიქოლოგი და პოლიტიკური კომუნიკაციების ლექტორი. თემისთვის მნიშვნელოვანია, ნაშრომი, როგორც მანიპულაციების თავის დაზღვევისთვის ერთგვარი გზამკვლევი, ასევე მნიშვნელოვანია, რომ თავად ზურა მხეიძე წლების მანძილზე ამზადებდა სახელმწიფოს პირველ პირებს და მისი გამოცდილების გაზიარება მეტად სასარგებლოა სამეცნიერო ნაშრომისთვის.

11. **„მასების ფსიქოლოგია და მეს ანალიზი“** ასევე **„სიამოვნების პრინციპს მიღმა ეგო და იდი“** ავტორი ზიგმუნდ ფროიდი - მეცნიერი აღწერს მასების მართვის ეტაპებს და გზებს, გვიყვება მოვლენებს, აღწერს ლიდერის თვისებებს, მოთხოვნილებას, ეგოსა და იდის ჭიდილს. გვთავაზობს პრობლემების გადაწყვეტის გზებს და პროცესებს გვაცნობს, ისე თითქოს აქ და ახლა მიმდინარეობს. მასების მართვა, რადგან ჭეშმარიტი ლიდერისთვის მთავარი გამოწვევაა, ასეთი ღირებული ნაშრომის შესწავლა აუცილებლად მივიჩნიე. მომეცა საშუალება განსხვავებული ხედვით დავკვირვებოდი, საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკურ კამპანიებს, საჯარო გამოსვლებს, ხალხმრავალი ღონისძიებების დაგეგმარებას, რაც გარკვეულწილად ნათელს მოჰფენს, თუ რა ტიპის მანიპულაციებს იყენებენ და როგორ შეიძლება დახვეწონ სწორი ქმედებით კამპანიები, შეხვედრები და პოლიტიკური აქტივობები ჩვენი ქვეყნის პოლიტიკურმა აქტორებმა.

პიერ ბურდიე წიგნში “ტელევიზიის შესახებ” მასობრივი კომუნიკაციების არხებს გვაცნობს, მათ საჭიროებას და მნიშვნელობას, გავლენას აზრის ცვლილებაზე, მედიის როლზე და მნიშვნელობაზე. მედიაზე, როგორც მეოთხე ხელისუფლებაზე¹⁹ ნებისმიერ ქვეყანაში. ავტორის მიგნებები მნიშვნელოვანია ჩვენი კვლევისთვის,

¹⁹ ჰეივუდი ე., “პოლიტიკა”, გამომცემლობა “საქართველოს მაცნე”, მესამე გამოცემა, თბილისი, 2007, გვ.25

რადგან გადაუმოწმებელი ინფორმაციის გავრცელების რისკები მუდმივად არსებობს. განსაკუთრებით ღირებულია დავაკვირდეთ, რა რეგულაციები არსებობს ამ მხრივ მსოფლიოში და რა წინააღმდეგობები ხვდებათ სხვა ქვეყნებს მედიის დესტრუქციული ქმედების პროცესებში. ნაშრომი ასევე, მნიშვნელოვანია, როგორც დაკვირვებისათვის, ასევე ველის უკეთ შესწავლისათვის.

ნაშრომის თეორიულ-პრაქტიკული მნიშვნელობა

ნაშრომის პრაქტიკულ მნიშვნელობას განაპირობებს ის გარემოება, რომ იგი ღირებული აღმოჩნდება აღნიშნულ თემატიკაზე მომუშავე მეცნიერებისთვის, პრაქტიკოსი ადგილობრივი სპეციალისტებისა და საერთაშორისო უსაფრთხოების ექსპერტებისთვის. ასევე, მისი გამოყენება შესაძლებელია უმაღლესი სასწავლებლების საბაკალავრო და სამაგისტრო პროგრამებში. ამავე დროს, ნაშრომი საინტერესო იქნება: სტრატეგიული კომუნიკაციების, პოლიტიკური კონსალტინგის, ეროვნული უსაფრთხოების, საგარეო პოლიტიკის მიმართულებით მომუშავე სახელისუფლო ორგანოებისა და უსაფრთხოების სფეროში მოღვაწე ძალოვანი უწყებების წარმომადგენლებისთვის. (მაგალითად, ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო, ფინანსთა სამინისტრო, სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახური და ა.შ.). სამეცნიერო ნაშრომი იქნება ერთგვარი გზამკვლევი ქართული მასმედიის, როგორც ბეჭდური, ასევე ელექტრონულ მედია საშუალებებში მოღვაწე ჟურნალისტებისა და ანალიტიკოსებისთვისაც, რომლებიც აშუქებენ პოლიტიკურ თემებს და თავად ქმნიან პიარს, როგორც კერძო სექტორისთვის, ასევე სახელმწიფო უწყებებისა და პერსონებისთვის. კვლევის შედეგად შემუშავდა სპეციალური სახის რეკომენდაციები სამთავრობო და არასამთავრობო სექტორებისთვის და გამოიკვეთა პოლიტიკური პიარის და პოლიტიკური ტექნოლოგიების როლი, ადგილი და მნიშვნელობა ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების და საერთაშორისო პოლიტიკაში.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა

სადოქტორო ნაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავის, ცხრა ქვეთავის, დასკვნისა და ბიბლიოგრაფიისგან.

თავი I. პოლიტიკური პიარის და ეროვნული უსაფრთხოების თეორიულ-კონცეპტუალური საფუძვლები

I.I პოლიტიკური პიარის არსი და მისი შემადგენელი კომპონენტები

პოლიტიკური პიარი შემოქმედებითი პროცესია და რა თქმა უნდა უშუალო კავშირშია პოლიტიკასთან და პოლიტიკოსთან. პოლიტიკური პიარი ერთ-ერთი სამეცნიერო დარგი კი არ არის, რომლის შესწავლაც შესაძლებელია, არამედ ერთგვარი ხელოვნებაა, რომლის შესრულებასაც სჭირდება ნიჭი და სიმამაცე. კანცლერ ბისმარკის სიტყვებს მოვიშველიებ,²⁰ რომელიც გერმანიის რაიხსტაგში წარმოთქვა „პოლიტიკა მეცნიერება კი არა ხელოვნებაა“²¹გამოდის, რომ ამ ორ დარგს შემოქმედებითობა აერთიანებს. ვინც ამ ფუნდამენტს ჩასწვდება, უდავოდ აღეპვრება ამ ორი დარგის უფრო ღრმად შესწავლის სურვილი და თუ ამასთან ხელოვნებაც უყვარს, ეს სურვილი მაშინვე გაუათმაგდება. რა გასაკვირია, რომ მეც არ ვარ გამონაკლისი და თემის შესწავლის პროცესში სწორედ ამ ინტერესით ჩავერთე. მით უფრო, იმიტომ რომ PR, რომელშიც უკვე 26-ე წელია ვმუშაობ თამამად შემძლია ვთქვა, რომ მედიაციის სამსახურს წარმოადგენს საზოგადოებას, პოლიტიკასა და მედიას შორის. მედია, კი თავის მხრივ, როგორც მეოთხე ხელისუფლება, მედია, როგორც პოლიტიკური პროცესების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, განსაკუთრებით დიდ ძალას იძენს მაშინ, როდესაც ის ინტერესდება პოლიტიკით. წარმოგვიდგება ერთგვარი ჯაჭვი, რომელიც როგორც ზემოთ აღვნიშნე ერთ მთლიან სახელოვნებო პროცესს წარმოადგენს და ქმნის პროდუქტს იმისათვის, რომ საზოგადოებრივი აზრი მიიზიდოს, ინტერესი გააღვიძოს, არჩევანი გააკეთებინოს ამ კონკრეტული პროდუქტის მიმართ და შემდგომშიც მუდმივად ხელი შეუწყოს, რომ ობიექტმა დასწავლილი ქმედება არ დაივიწყოს და ყოველ ჯერზე მექანიკურად გაიმეოროს. ჯონ თომპსონის შეხედულების მიხედვით, თანამედროვე სამყაროს ამ მხრივ, ოთხი ძირითადი გამოწვევა აქვს:

²⁰ Mieder W., Nolte A., WAS SEIN MUSS, MUSS SEIN“: ZUR POLITISCHEN SPRICHWORTRHETORIK OTTO VON BISMARCKS “,Proverbium. Yearbook of International Proverb Scholarship, Burlington, 2021, p.204

²¹ მელაძე თ., “პოლიტიკა - ადამიანური ხელოვნება”, თბილისი, 2020, გვ.77

ტრანსნაციონალური, ანუ კონგლომერატების მიერ მთავარი მოთამაშეების წარმოქმნა, ახალი, მძლავრი ტექნოლოგიების, განსაკუთრებით, კი სატელიტური კავშირების დამყარება, რაც უშუალოდ ინფორმაციის სწრაფ გავრცელებას გულისხმობს, ინფორმაციის ასიმეტრიულობა გლობალური სისტემების ფარგლებში და განსხვავებული ხელმისაწვდომობა გლობალური ქსელების წვდომის თვალსაზრისით.²²

ჯონ.ბ თომფსონი “მედია და მოდერულობაში” გამოყოფს მედიასთან ურთიერთობის სამ ტიპს “პირდაპირ ურთიერთობას”, “მედირებულ ურთიერთობას” და “მედირებულ კვაზიურობას” პირდაპირი ურთიერთობა თანამყოფობას გულისხმობს, ამ ვითარებაში ორივე მხარე ერთ დროით განზომილებაში აქტიურდება. ავტორი საუბრობს, კოდირებული ინფორმაციის გადაცემაზე, ამ ტიპის დამოკიდებულობას “მედირებულ ურთიერთობა” შეგვიძლია დავუპირისპიროთ, რომელიც თავის თავში გამორიცხავს ცოცხალი კომუნიკაციისას არსებული მინიშნებების: ჟესტების, მიმიკების, ინტონაციის და სხვა ამგვარი გამოხატულების გამოყენების შესაძლებლობას. ამ შემთხვევაში, შედარებით ბევრად განუსაზღვრელ სახეს იძენს ამგვარი ურთიერთობა. ავტორი “მედირ კვაზიურობას” უწოდებს მასობრივი კომუნიკაციის გზებით არსებულ ურთიერთობას, რომელიც ხანგრძლივ დროში მოიაზრება და ორი განმასხვავებელი ნიშანი ახასიათებს: ის მიემართება განუსაზღვრელ წრეს და არა კონკრეტულ სუბიექტს, ან მეორე მხრივ, ის მონოლოგის ხასიათს ატარებს. სწორედ, ამ ნაწილში, სადაც მონოლოგის რეჟიმშია კომუნიკაცია ანუ “მედირებული, კვაზიური ურთიერთობა” იკვეთება, იგი ქმნის გლობალურ და მასშტაბურ საფრთხეებს და იკვეთება უსაფრთხოების ეროვნულ საფრთხეებთან.²³

ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური წყობა, საზოგადოებასთან კომუნიკაციის ენა, მართვისა და მოპყრობის ფორმა მეტწილად განსაზღვრავს, თუ როგორი შეიძლება

²² თომფსონი ჯ.ბ., “მედია და მოდერულობა”, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2014, გვ. 199

²³ თომფსონი ჯ.ბ., „მედია და მოდერულობა“, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2014, გვ. 102-109

იყოს ქვეყნის შიგნით და გარეთ PR ანუ როგორც ეს აბრევიატურა ითარგმნება სახელმწიფო ენაზე - საზოგადოებასთან ურთიერთობა. საინტერესოა, თუ რაზეა დამყარებული ძალადობრივი ინფორმაციის პირველ სიახლეებად წარდგენა და რა როლი ენიჭება მაცურებლის კონცენტრირებას ძალადობრივ გარემოზე. ამ საკითხს, ვრცელი თავი მიუძღვნა ელიოტ არონსონმა წიგნში “სოციალური ცხოველი” სადაც ასკვნის, რომ “თუ სისხლიანი სტატიაა, მაშასადამე მოწინავე სტატიაა” ჩვეულებრივ მედიის 80% ძალადობრივ სიუჟეტებს ეთმობა და რამაც შეიძლება წაახალისოს ძალადობრივ ქცევა მოქალაქეებში.²⁴ როდესაც ვსაუბრობთ ინფორმაციის, განსაკუთრებით კი, ნეგატიური ინფორმაციის მიწოდების ძალადობრივ სახეზე, ვფიქრობ, უნდა გამოვიყენოთ ჩემ მიერ შემოთავაზებული ახალი ტერმინი ფსიქიკური ეკოლოგიის ეროვნული საფრთხე - საფრთხე რომელიც მოქმედებს ინდივიდზეც და ჯგუფზეც, არის ასიმეტრიული საფრთხეების რიგში და ფსიქოსომატურ დონეზე ძლიერ, ბიოლოგიურ იარაღს წარმოადგენს, მით უფრო ისეთ პატარა ერებში როგორც საქართველოა. ბუნებრივია, რომ რუტინულად მოწოდებულმა ნეგატიური დატვირთვის ინფორმაციამ: მკვლელობა, სისხლისღვრა, გარდაცვალება და ა.შ. შეიძლება ადამიანთა ფართო მასების ტვინზე ზემოქმედება ერთდროულად გამოიწვიოს და მაგალითად, დანაშაულზე მიდრეკილი გახადოს, ან გააღიზიანოს და ნეგატიური ქმედება გამოიწვიოს, ასე ვთქვათ, შესაძლოა გარკვეულწილად წაახალისოს ძალადობა, მკვლელობა და დანაშაული.

PR-ით თითოეული ჩვენგანი ყოველდღიურად ვართ დაკავებული ისე, რომ ვერც კი ვამჩნევთ. იმისათვის, რომ უფრო ნათელი გავხადო რით განსხვავდება პიარი მარკეტინგის, რეკლამის და ბრენდინგისგან, საუნივერსიტეტო ცხოვრების ყოფითი რეალობიდან მაგალითს მოვიყვანთ:²⁵ თუ პროფესორი ეუბნება დოქტორანტს „მე საუკეთესო პროფესორი ვარ“ - ეს მარკეტინგია, რადგან შეფასებასა და წარდგენას აკეთებს. თუკი დოქტორანტი ეუბნება პროფესორს „მე

²⁴ ელიოტ არონსონი, “სოციალური ცხოველი”, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2014, გვ. 218-303

²⁵ ჩიარაველე ბ., ჩენქი ბფ., “ბრენდინგი მარტივად”, გამომცემლობა „პალიტრა“, „ლურჯი ოკეანე“, თბილისი, გვ. 36

საუკეთესო დოქტორანტი ვარ,“ „მე საუკეთესო დოქტორანტი ვარ“ „მე საუკეთესო დოქტორანტი ვარ“ - და ამას ბევრჯერ გაუმეორებს - ეს იქნება რეკლამა, რადგან ის ხშირად ისმის და ვიღებთ ინფორმაციას, რომელსაც არც კი ვითხოვთ. მესამე მაგალითად შემოგთავაზებთ ასეთ ვარიანტს: დოქტორანტი ეუბნება მეორეს - „მე ვიცი რომ შენი ჯგუფელი გოგონა საუკეთესოა“- ეს ბრენდინგია, რადგან ჩვენ თვისებას მივაწერთ პიროვნებას. თუკი პროფესორი ეუბნება მეორე პროფესორს - „მე ვიცი, დამიჯერე, რომ ის გოგონა, შენი დოქტორანტი, საუკეთესოა კურსზე“ - როცა გვინდა მესიჯის გადაცემა, ვიყენებთ რესურსს ზუსტი მესიჯის მისატანად ეს არის პიარი.²⁶

პიარის სპეციალისტი არის პიროვნება, რომელიც ფლობს დიდძალ ინფორმაციას და კონტაქტებს, ძირითადად მუშაობს კომპანიების, უწყებების, ან ქვეყნის ლიდერებთან. პოლიტიკურ პიარში დასაქმებული პიარი შერჩევითად, საჭიროების მიხედვით, იყენებს მარკეტინგს, მედიას, რეკლამას და ბრენდინგს. „საზოგადოებრივ აზრზე მუშაობა და ზეგავლენა ანტიკური პერიოდიდან მოდის. გაჩნდა თუ არა პირველი საზოგადოება, გაჩნდა მოთხოვნილება მასთან მუშაობისა. პიარი აშშ-ში გაჩნდა. იგი ჩაისახა ამერიკაში ინდუსტრიული ბუმის დროს, როდესაც კერძო ფირმებმა და მწარმოებლებმა მართვის ახლებური მეთოდების საჭიროება გააცნობიერეს. პიარის ფუძემდებლად დღესაც ითვლება აივი ლი, ის ჯონ როკფელერსა და ჰენრი ფორდის საზოგადოებასთან თანამშრომლობდა.²⁷

თავდაპირველად შევხებით პიარს და პოლიტიკურ პიარს, როგორც ტერმინს, მის განსაზღვრებას და დარგად ჩამოყალიბების პროცესს:

პოლიტიკური პიარი ინგლისური ტერმინია (Political Public Relation) და არის პოლიტიკური აქტორების სპეციალიზებული საქმიანობა, რათა გაავრცელონ

²⁶ კოტრიკაძე მ., ჟურნალი “პოლიტოლოგოსი”, “პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 249

²⁷ კოტრიკაძე მ., ჟურნალი “პოლიტოლოგოსი”, პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, ჩიარაველე ბ., ფინდლი ბ., ჩენქი, “ბრენდინგი მარტივად”, N5, თბილისი, 2022, გვ. 249

სასარგებლო ინფორმაცია და დეზინფორმაცია მოსახლეობაში, რათა საზოგადოებაში ჩამოაყალიბონ გარკვეული აზრი და მიიღონ გადაწყვეტილებები.²⁸

„საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცნობილი ვეტერანი რობერტ ლ.დილენშაიდერი PR-ს უწოდებს „გავლენის ხელოვნება“-ს, რომელიც მოიცავს საკუთარი პროგრამის განსაზღვრას, გაცნობიერებასა და თანმიმდევრულ განვითარებას.“²⁹ სამოქალაქო საზოგადოებისთვის გზამკვლევაში კი ვკითხულობთ: „ორგანიზაციის ან პიროვნების მიზანმიმართული, დიალოგის ტიპის კომუნიკაცია სამიზნე ჯგუფებთან და დაინტერესებულ მხარეებთან, რომელიც ცნობადობის შექმნისა და რეპუტაციის გაძლიერებისკენ არის მიმართული.“³⁰ პიარის ტერმინის თაობაზე არაერთი მეცნიერი მსჯელობდა წლების განმავლობაში და მრავალმხრივი განმარტებები არსებობს მათ შორის. სემ ბლეიკს მიაჩნდა, რომ პიარი არის ერთგვარი შუამავალი რგოლი საზოგადოებასა და პიროვნებას შორის, რათა დამყარდეს ერთგვარი ჰარმონია მათ შორის, ფრენკ ჯეპკინსი ფიქრობდა, რომ პიარი ყველა შიდა და გარე კომუნიკაციის არხებს იყენებს ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის ურთიერთგაგების დასამყარებლად. სკოტ კატლიპი ამბობდა რომ პიარი მენეჯმენტის ერთგვარი ფუნქციაა, ხელს უწყობს და აყალიბებს ორგანიზაციასა და პუბლიკას შორის ორმხრივ ურთიერთობას, სწორედ ამ ურთიერთობაზეა დამყარებული წარმატება თუ წარუმატებლობა. მიხეილ დიმშიცის აზრით: პიარი რეპუტაციის გასამყარებლად მოქმედებს, მისი უმთავრესი მიზანია საზოგადოებაში დომინანტი შეხედულებებისა და ქცევების მომხრობა. ანდრეი მამონტოვი აქცენტს პიარის როგორც ინფორმირების, განათლების და ნდობის მოპოვებაზე აკეთებს. ჟან-ლუის ჰაუსე ხაზს უსვამდა პიარის რეკლამასთან გამიჯვნას და ასეთ რიტორიკულ კითხვას სვამდა: რა განსხვავებაა რეკლამას და პიარს შორის? “რეკლამაა, როცა თქვენ ამბობთ, რომ კარგი ხართ, პიარია, როცა ამას

²⁸ Понятие и сущность политического PR, об., <<https://psyera.ru/ponyatie-i-sushchnost-politicheskogo-pr-8392.htm>> [п.п. 02.04.2023].

²⁹ ლომიძე მ., „საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები“, ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2021, გვ. 9

³⁰ მალრაძე კ., „პიარის გზამკვლევი სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებისთვის“, გზამკვლევი შექმნილია ევროკავშირის და კონრად ადენაუერის ფონდის მხარდაჭერით, PDF, თბილისი, 2019, გვ.5

სხვა ამბობს”. ყურადღების მიღმა არ უნდა დაგვრჩეს ლონდონის პიარსკოლა, რომელიც მიიჩნევდა, რომ პიარი დაგეგმილი მოღვაწეობაა ორგანიზაციის ან პროვზების რეპუტაციის განმტკიცებისთვის, რომელიც გავლენას ახდენს აზრის ლიდერებში და აყალიბებს ჰარმონიას მათ ქცევაში³¹. თუნდაც ის, რომ ამდენი იმსჯელეს მეცნიერებმა პიარის, როგორც ტერმინის შესწავლისთვის ცხადყოფს მის მნიშვნელობას.³²

მეოცე საუკუნის ას ყველაზე გავლენიან ადამიანს შორის საპატიო ადგილი ეკავა ზიგმუნდ ფროიდის დის შვილს ედვარდ ბერნეისს, რომელმაც ჩამოაყალიბა საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) თეორია და პრაქტიკა და ხელი შეუწყო მის განვითარებას ამერიკის შეერთებულ შტატებში.

თავად PR არის აბრევიატურა, რომელიც წარმოადგენს - საზოგადოებასთან ურთიერთობას, მისი მთავარი ფუნქციაა სწორედ საზოგადოებასთან ურთიერთობა, რომელიც თავის მხრივ უზრუნველყოფს ყველა თანამდევი პროცესის წარმატებულ მართვას.

პოლიტიკური PR-ის მთავარი ფუნქცია, კი ინფორმაციის მართვაა ვიწრო და ფართო ჯგუფებში: კანდიდატი, დეპუტატი, პარტია, ფრაქცია, საზოგადოება, საჯარო სექტორი, არასამთავრობო სექტორი, მედია, ბიზნეს სექტორი, ოჯახი, ინდივიდი და ა.შ ამ ნუსხის გაგრძელება უსასრულოდ შეიძლება.³³

PR-ის მთავარი შემადგენელი ნაწილებია: აგიტაცია, რომელიც ლათინური სიტყვაა agitation და ნიშნავს „მოძრაობაში მოყვანა“-ს სიტყვიერი, ბეჭდვითი ან თვალსაჩინო პოლიტიკური მოღვაწეობა, რომელიც ადამიანების ცნობიერებასა და განწყობაზე ზემოქმედებს მათი პოლიტიკური ან სხვა მოსაზრებებით დარწმუნების მიზნით.

³¹ ციციშვილი რ., „სოციალური ფსიქოლოგიის საფუძვლები“, საქართველოს უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2012, გვ. 80

³² კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, „პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 253

³³ კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, სტატია: „პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 249

პროპაგანდა, რომელიც ლათინური სიტყვაა propaganda,³⁴ გავრცელების ქვემდებარე, ფაქტების, არგუმენტებისა და სხვა ცნობათა სისტემატურ გავრცელებად მოიაზრება. ემსახურება საზოგადო აზრის ჩამოყალიბებას. პროპაგანდის ხშირად გამოიყენება როგორც რეალური, ასევე განგებ ცრუ ფაქტების მოშველიებით.³⁵

პოლიტიკური რეკლამა - წარმატებული საარჩევნო კამპანიის გადამწყვეტი ელემენტია. პიარ რეკლამა წარმოიშვა მეოცე საუკუნეში დასავლეთში. საუკუნის შუა პერიოდისთვის საზოგადოებასთან ურთიერთობის ეგრეთწოდებულმა აგენტმა ჯონ შნაიდერმა გამოაქვეყნა რომანი „ოქროს მილი.“ ნაშრომში საკმაოდ მკაფიოდ აღწერა ადამიანებზე ზემოქმედების ფსიქოლოგიური მეთოდები, რომლებსაც 1960 წლის საპრეზიდენტო კამპანიის დროს იყენებდნენ. მნიშვნელოვანია, რომ სწორედ ამ პერიოდ უკავშირდება პირველი პიარების გამოჩენა პოლიტიკური პარტიების წრეებში.

საარჩევნო პლატფორმაზე საპრეზიდენტო კანდიდატები ერთგვარი ვაჭრობის საგნად, „საქონლად“ იქცნენ, ამომრჩევლები კი ამ „ბაზარში“ მოვაჭრეებად წარმოჩინდნენ. შედეგად, ორ კანდიდატს შორის დაპირისპირება ორ სარეკლამო ფირმას შორის დაპირისპირებაში გადაიზარდა. გამარჯვება მოიპოვა არა უძლიერესმა, არამედ იმან, ვისი პიარის სამსახურიც ყველაზე ეფექტურად მუშაობდა. ამასთან, გამოიყენებოდა ამომრჩევლებზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების სხვადასხვა მეთოდი.³⁶

პოლიტიკური პიარი მიმართული იყო კონკრეტულ ამომრჩეველზე, გავლენის მეთოდები ეხებოდა საშუალო დონის ინტელექტის მქონე საშუალო მოქალაქის ინტერესებს. რა თქმა უნდა, ამომრჩევლებს არ აინტერესებს გლობალური მსოფლიო პრობლემების შესახებ გრძელი გამოსვლების მოსმენა. მათ უფრო მეტად

³⁴ ჰეივუდი ე., პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, მესამე გამოცემა, თბილისი, 2007, გვ. 556

³⁵ იქვე, გვ. 253

³⁶ კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, სტატია: „პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 259

ანტერესებთ საკუთარი მწვავე სირთულეები, სოციალური, ჯანდაცვის და სხვა. გამოიყენებოდა ტრადიციული: პლაკატები, ტრანსპარანტები, ფურცლები თუ სატელევიზიო სარეკლამო რგოლები. გასათვალისწინებელია, რომ იმ დროისათვის, რეკლამა - ბაზრის კონკურენციის ახალი ინსტრუმენტი იყო. დღეისათვის, მან სხვა დატვირთვა შეიძინა, 21-ე საუკუნეში პოლიტიკური რეკლამის ძირითადი ამოცანებია: გარკვეული პოლიტიკური ძალების პოლიტიკური პლატფორმის არსი გადმოსცეს მისაწვდომი, ემოციური, ლაკონიური, ორიგინალური და ადვილად დასამახსოვრებელი ფორმით; განაწყოს ამომრჩევლები მის მხარდასაჭერად; გაამყაროს მასობრივ ცნობიერებაში მისთვის პრიორიტეტული ინფორმაცია, ჩანერგოს გარკვეული წარმოდგენები და მოახდინოს ხედვების კორექცია; ხელოვნურად შექმნას სასურველი ფსიქოლოგიური ფონი და განწყობა, რაც განაპირობებს გრძნობების, სიმპათიების მოზიდვას და შემდეგ გამოიწვევს პოტენციური ამომრჩევლის ახლებურ მოქმედებას. პოლიტიკური რეკლამა, ბუნებრივია ამარტივებს რთულ პოლიტიკურ პროგრამებს და ის უბრალო ალტერნატივებზე დაჰყავს, მაგრამ სწორედ ამის გამო, ის უაღრესად მისაწვდომი და პოლიტიკური ბრძოლის ეფექტური ინსტრუმენტი ხდება.³⁷

საარჩევნო პიარი და მისი მიმართულებები

პიარი საუკეთესო მენეჯერია, ის თითქოს ზემოდან უყურებს პროცესს, პერსპექტივაში ხედავს მოვლენებს, განჭვრეტს და აჯამებს გონებაში საკუთარ გამოცდილებაზე დაყრდნობით. ის ერთგვარი წინასწარმეტყველიც არის და მისი მთავარი საყრდენი ამ პროცესში პრაქტიკული უნარები და სწრაფი რეაგირებაა, სამუშაო ვითარებაში უკვე გამომუშავებული ინტუიცია და თუნდაც მის მიერ წარსულში დაშვებული შეცდომები მას უფრო გავლენიანს და პროფესიონალს

³⁷ კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, სტატია: „პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 249

აყალიბებს. არჩევნების³⁸ წარმატებით წარსამართად PR-ს მართვის ოთხი ეტაპის გადალახვა სჭირდება:

პირველი ეტაპი არჩევნებამდე პერიოდია: არჩევნების მზადება, იმიჯის ფორმირება მეორე ეტაპი არჩევნებია და გულისხმობს გამარჯვებისთვის გარკვეული რაოდენობის ხმების მოგროვებას

მესამე ეტაპი არჩევნების შემდგომი ფაზაა და გამარჯვებული კანდიდატის პოლიტიკოსად ჩამოყალიბებას, მისი იმიჯის ამაღლებას და რეპუტაციის შენარჩუნებას ეძღვნება

კანდიდატის მარცხის შემთხვევაში - პროცესი იწყება თავიდან და ხშირად აქტუალური ხდება უარყოფითი ინფორმაციის გავრცელება, მოწინააღმდეგე კანდიდატზე „დიფ ფეიკების“ ან სხვა მანიპულაციების გამოყენება, ანუ სამწუხაროდ მთელ რიგ შემთხვევებში შესაძლოა ჩართოს „არაეთიკური პიარი“.³⁹

პოლიტიკური პიარი შეიძლება იყოს, დროში დაგეგმილი, განსაზღვრული ვადით. მოკლევადიანი პოლიტიკური პიარი - მხოლოდ არჩევნების ფაზაში, გრძელვადიანი - პიარი რომელიც პროცესში თან ახლავს პოლიტიკოსს ხანგრძლივად უწევს პატრონაჟს გამარჯვების ან მარცხის შემდგომაც; პიარი მკვლევარი - არჩევნებამდე ან მას შემდეგ, სტატისტიკური ინფორმაციის, ელექტორატის კვლევის ან სხვა.

პოლიტიკური პიარი პოლიტიკოსისთვის მთავარი საყრდენია, ის ჩრდილივით თან ახლავს მას და თითქოს მისი „დაცვის“ ფუნქციასაც კისრულობს. დამკვეთს, თავის მხრივ აქვს მოთხოვნები, რომელიც სწორი დაგეგმარების შემთხვევაში კონტრაქტის შედგენისას თანხმდება; შემოგთავაზებთ უფრო ხშირად წარმოდგენილ მოთხოვნათა ნუსხას:⁴⁰

³⁸ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, მესამე გამოცემა, თბილისი, 2007, გვ. 544

³⁹ იქვე გვ 261

⁴⁰ კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, სტატია: „პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 267

1. იმიჯის ფორმირება
2. რეპუტაციული მხარდაჭერა/გამლიერება
3. პოლიტიკოსის რეიტინგის ამაღლებაზე ზრუნვა
4. საინფორმაციო ველში ინტერესის მოზიდვა
5. ჟურნალისტებთან კომუნიკაცია
6. ორატორული მომზადება გამოსვლებისთვის
7. კრეატიული მასალების მომზადება პოლიტიკური გამოსვლებისთვის, კამპანიებისთვის
8. წინასაარჩევნო კამპანიის ჩატარების ორგანიზება
9. პოლიტიკოსების და საზოგადოებისთვის ცნობად ორგანიზაციებთან კომუნიკაციის უნარი და გამოცდილება⁴¹
10. კონკურენტების ინფორმაციის ფლობა და ალტერნატიული ინფორმაციების მოპოვება
11. საინფორმაციო ომის წარმოება და მართვა (საჭიროების შემთხვევაში გამოწვევა)
12. პიარ აქციები და შეხვედრები საჭიროების შემთხვევაში
13. საჭიროების შემთხვევაში პოლიტიკური ექსპერტების შეკრება და ჩართვა პროცესში (როლების დანაწილება)
14. პოლიტიკური კონსულტირება და წინასწარმეტყველური უნარები (პასუხისმგებლობის საკუთარ თავზე აღება)
15. ლიდერული უნარები და მასების მართვის ცოდნა, ფსიქოლოგიური მდგრადობა და პიარული გამჭრიახობა.
16. კონტაქტების ფართო წრე, რეპუტაციული მდგრადობა

⁴¹ კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, სტატია: „პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 268

დენის უილკოქსი გვთავაზობს პიარისათვის მნიშვნელოვან სიტყვებს, რომელიც აყალიბებს პიარს, როგორც პროფესიას. ესენია: წინასწარგანზრახული, დაგეგმილი, სანახაობის შემქმნელი, საზოგადოებრივი ინტერესის გამომწვევი, ორმხრივი კომუნიკაციის დამამყარებელი, მმართველობითი ფუნქციის მქონე.⁴²

პოლიტიკური პიარს გააჩნია ინსტრუმენტები, რომლითაც პოლიტიკური, თუ საჯარო სამსახურის პიარი მუდმივად ხელმძღვანელობს და საყვარელი სამაგიდე წიგნივით თან ახლავს.

პოლიტიკური პიარი საკმაოდ რთული, მრავალდონიანი, პროცესია. იგი მოიცავს რამდენიმე აქტივობას:

1. ეფექტური კამპანიების ორგანიზება და გატარება;
2. სტრატეგიის შემუშავება;
3. სოციოლოგიური კვლევის დაგეგმვა -განხორციელება;⁴³
4. კანდიდატების მხარდაჭერა საჯარო გამოსვლების პროცესში;
5. იურიდიული მხარდაჭერა მთელი კამპანიისთვის;
6. შემოქმედებითი გეგმის შემუშავება;
7. გარე მონიტორინგი; მედია მონიტორინგი; ველის მონიტორინგი;
8. ორგანიზაციებთან (საზოგადოებრივი, პოლიტიკური და სხვა) მუშაობა;
9. რეგიონული და ფედერალური მედიის ჩართულობა;
10. კონკურენტი კანდიდატებისა და პარტიების მომსახურებებთან დაპირისპირება.

სხვადასხვა ვიზუალური აგიტაციის მომზადება და წარმოება. ამ ეტაპზე, გამოიყენება გარე რეკლამის სხვადასხვა ტექნიკა: ბუკლეტები, ბილბორდების

⁴² [დენის ლ., უილკოქსიკამერონი გ.ტ., „საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა“, ნაწილი I, გამომცემლობა „დიოგენე“, თბილისი, 2011, გვ. 57](#)

⁴³ კოტრიკაძე მ., პოლიტოლოგოსი, სტატია: „პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, N5, თბილისი, 2022, გვ. 269

რეკლამა, ფლაერები, ბანერები, პლაკატები და სხვა. პიარის სპეციალისტები იყენებენ მოსახლეობაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების სხვადასხვა მეთოდს, რათა მიაღწიონ საუკეთესო საკომუნიკაციო შედეგებს ერთი მხარის ხელშეწყობისა და ამავე დროს მეორის განეიტრალების გზით. პოლიტიკური პიარი მოიცავს ისეთი ტექნიკის გამოყენებას, როგორცაა:

- აუტსაიდერის და გამარჯვებულის იმიჯის შექმნა,
- ცრუ პოპულარობის ტირაჟირება,
- ცრუ მხარდაჭერა,
- ხანგრძლივი მოლაპარაკებები,
- კრიტიკულად მძიმე, იმიჯის დამაზიანებელი სიტუაციების მართვა

პოლიტიკური პიარი ეხმარება ინფორმაციის მიმღებს (ელექტორატს, მოსახლეობას) ჩამოაყალიბოს საკუთარი აზრი გარკვეული პარტიების, ან ფიგურების შესახებ. ყველაზე გავრცელებული ტექნოლოგია, რომელსაც პოლიტიკური პიარი მოიცავს, არის საჯარო გამოსვლის ტექსტის შედგენა, მისი დაგეგმვა და იმ სეგმენტზე მორგება, რომლის გულის მოგებასაც ცდილობს. ასევე, ფართოდ გამოიყენება მასებზე კომუნიკაციური გავლენის ტექნოლოგიები, რომლებიც აზრის ფორმირებას უწყობენ ხელს და იმგვარ ველს ქმნიან, რომელშიც აღმოცენდება პოზიტიური განწყობა ამომრჩევლისთვის შეთავაზებული ფიგურის მიმართ. იშვიათ შემთხვევებში შესაძლებელია პერსონალური PR ტექნოლოგიების გამოყენება, თუმცა პოსტსაბჭოთა საქართველოში ეს იშვიათია, რადგან საკმაოდ ბიუჯეტურია და ბევრი პოლიტიკოსი ვერ ახერხებს ამ ხარჯის გაღებას, ან ვერ აცნობიერებს საჭიროების მნიშვნელობას.

რეკლამა მიემართება პირდაპირ ობიექტს და განიხილავს, როგორც კარგს ან საუკეთესოს, პირდაპირ აკეთებს შეფასებას, ხოლო პიარი არაპირდაპირ, სხვა წყაროების გამოყენებით ავრცელებს ინფორმაციას და სუბიექტის ან პროდუქტის შესახებ და შეფასებას გარეშე პირს, ან ჯგუფს აკეთებინებს. მისი ქმედება არის

დარწმუნებას ემსახურება.⁴⁴ აქვე უნდა გავიხსენოთ: „რეკლამა არის იმის თქმა, რომ კარგი ხარ, ხოლო პიარი სხვას ათქმევინებს, რომ შენ ხარ კარგი“ - ჟან-ლუი გასე, Apple-ის ყოფილი აღმასრულებელი ასე ხსნის პიარისა და რეკლამის განსხვავებას.

ამ სფეროში ჩვეულებრივია განვასხვაოთ ეთიკური და არაეთიკური პიარი. ეს უკანასკნელი შეიცავს ზომებს, რომლებიც ეწინააღმდეგება კანონს და არ შეესაბამება საზოგადოების მორალურ და ეთიკურ სტანდარტებს. არაეთიკური პიარის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობა მიზნად ისახავს კონკურენტების რეპუტაციის შელახვას, მათ შორის, კომპრომატების შეგროვებას, მოსყიდვას და ა.შ. მარტივად რომ ვთქვათ, ასეთი მოვლენები არის სუბიექტის შესახებ უარყოფითი ინფორმაციის გავრცელება. მეორე მხრივ, „ეთერი პიარი“ გულისხმობს ექსკლუზიურად ეთიკური ნორმების დაცვას, რომელიც მიმართულია კანდიდატებსა და საზოგადოებას შორის კომპრომისის მიღწევისკენ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ის წარმოადგენს ინფორმაციის ნაკადის ორმხრივ სისტემას, რომელიც დაფუძნებულია თანამშრომლობის პრინციპზე.

საზოგადოებასთან ურთიერთობა, როგორც დარგი, ბოლო ათწლეულებია განვითარდა. შესაბამისად, ჯერ კიდევ ბევრია ამ მიმართულებით საკვლევი და სამუშაო. ტენდენციები, იცვლება, რადგან მოდიფიცირდება კომუნიკაციის ფორმები. თუმცა, ყველა შემთხვევაში მთავარი პრინციპი უცვლელი რჩება - კომუნიკაცია უნდა იყოს ორმხრივი და ყველა მხარისთვის სასარგებლო ურთიერთობის ჩამოყალიბება არის უმთავრესი მიზანი და ღირებულება. თუმცა, განწყობებსა და ტენდენციებზე მეტად, იცვლება ტექნიკა, რადგან ყოველდღიურად ვითარდება ტექნოლოგიები, ინფორმაციის გავრცელების გზები და არხები. წლების წინ ვერავინ წარმოვიდგენდით, რომ სოციალურ ქსელში ლაივჩართვებით იქნებოდა შესაძლებელი 24 საათის განმავლობაში სამიზნე აუდიტორიასთან კომუნიკაცია და ინტერაქცია, მოწონებებით და კომენტარებით არჩევნების სტიმულირება, ანალიტიკა, დებატები, სოციალურ ქსელების ომები და

⁴⁴ The difference between PR and Advertising, ob., <<https://prsuperstar.co.uk/difference-between-pr-and-advertising/>> [L.S 05.05.2023].

კიბერ თავდასხმები. ამიტომ, 90-იანი წლებიდან მოყოლებული და 2000-იანი წლებით გაგრძელებული, სულ სხვა განზომილება მიიღო სამიზნე აუდიტორიასთან კომუნიკაციამ. კომუნიკაცია გახდა პროაქტიული - სახლში, სავარძელზე წამოწოლილებს, სამზარეულოში სადილის მომზადებისას შეგვიძლია ჩავერთოთ საარჩევნო კამპანიებში, მივწეროთ წერილი მერს, პრემიერსა თუ კერძო კომპანიას, გავაკრიტიკოთ, დავამციროთ, ან შევაქოთ ნებისმიერი რანგის ფიგურა. ამრიგად, კომუნიკაციის ფორმების გამარტივებამ სულ სხვა განზომილება შესძინა საზოგადოებასთან ურთიერთობას, რასაც, ვფიქრობ, საქართველომაც წარმატებით გაართვა თავი.

ქართული პიარის ისტორია, ერთ-ერთ პირველ ადამიანს ვინც საქართველოში ამ დარგით დაინტერესდა, მარიკა დარჩიას უკავშირდება. 1994 წელს თბილისში, უზნაძის N4-ში დააარსა „თბილისის საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცენტრი“, ხოლო 1993 წელს, საერთაშორისო კონფერენციაზე მოხსენება წარადგინა, „მწვანეთა მოძრაობის“ პოპულარიზაცია პროფესიონალებმა შეუქმეს და უთხრეს „კარგი პიარი გაქვთ“. სწორედ მაშინ გაიგო ტერმინი „პიარი“ პირველად და მოურიდებლად იკითხა მისი მნიშვნელობა. შემდეგ ბრიტანეთში მიიღო განათლება და სამეცნიერო ლიტერატურა გადასცეს და დააბარეს სასწრაფოდ ჩამოეყალიბებინა პიარის ორგანიზაცია საქართველოში. 1994 წლიდან მარიკა დარჩია საქართველოში „პიარის პიარს“ იწყებს. მისი თქმით: პიარის ისტორია საქართველოში ცოტა შორიდან იწყება. “1993 წელს საერთაშორისო კონფერენციაზე, სადაც პირველად გავიგე ტერმინი „პიარი“, პროფესიონალებმა მითხრეს, რომ .ს დისციპლინა ძალიან მალე შემოიჭრებოდა ჩვენს ცხოვრებაში. მირჩიეს, სასწრაფოდ ჩამომეყალიბებინა ორგანიზაცია და მითხრეს, იცოდეთ სამი რამ დაგატყდებათ თავს: საბანკო სისტემა, სადაზღვევო სისტემა და საზოგადოებასთან ურთიერთობაო. მივხდი, ძალიან საინტერესო და საჭირო პროფესიაზე მესაუბრებოდნენ და იქვე მიხვდი, რომ სწორედ ეს იყო ჩემი საქმე. ჩამოვედი და 1994 წელს ჩამოვყალიბე არასამთავრობო ორგანიზაცია

„თბილისის საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცენტრი“.⁴⁵ პოლიტიკური პარტიებისათვის PR, შეიძლება ითქვას, ძირითადი საშუალებაა ამომრჩეველთან კომუნიკაციის პროცესში, თუმცა ეს დარგი შეუძლებელია მარკეტინგის ჩარჩოების გარეშე განვიხილოთ. ამის ძირითადი განმაპირობებელია ის „ფაქტი, რომ ამომრჩეველი მხარს უჭერს მხოლოდ კონკრეტულ კანდიდატებს ან/და პარტიას, როგორც პიროვნებათა ჯგუფს, და ხშირად საარჩევნო პროგრამა მეორე ან მესამეხარისხოვანია ხოლმე, რამდენადაც ამომრჩეველი ენდობა კანდიდატების სიტყვებსა და მათ პირობას.“⁴⁶

ნამდვილ ლიდერს არ ეშინია ისაუბროს ყველაფერზე, მაგალითად ისაუბროს პროდუქტის ცუდ ხარისხზე და გულწრფელად თქვას და ამით გადაარჩინოს კომპანიის რეპუტაცია. პოლიტიკურმა პიარმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ ყველა ტიპის პიარაქტივობა არ არის შედეგიანი. საზოგადოებასთან ურთიერთობაში დიდი დატვირთვა აქვს გულწრფელობას, თუ კომუნიკაციაში ის სიტყვები და სიმბოლოებია გამოყენებული, რომელიც აუდიტორიას ესმის ეს დამატებითი ბონუსია. კომუნიკაცია უნდა იყოს აგებული იმ თემების ირგვლივ, რაზეც აუდიტორიას ამ დრომდე უფიქრია, რაც მათთვის მნიშვნელოვანია. შესაბამისად, ჩვენ ზუსტად უნდა ვიცოდეთ, რომელ სეგმენტთან ვამყარებთ კომუნიკაციას, რა ტიპის მომხმარებელი, სამიზნე აუდიტორია ან ამომრჩეველი გვყავს. მათ შორის, უნდა ფლობდეს პიარი ინფორმაციას ინტერეს ჯგუფის, სქესის, ასაკის და მკვეთრი პოლიტიკური განწყობის არ მქონე, ნეიტრალური სეგმენტის შესახებ. ამ ინფორმაციის გამოსავლენად კი, აუცილებელია ჩავატაროთ კვლევა, რაც ყველა კამპანიის თუ დაგეგმილი კომუნიკაციის საფუძველი და წინაპირობა უნდა იყოს. თუ რა ტიპის კვლევა იქნება უფრო ვალიდური და რელევანტური მას უნდა დაეხმარონ სოციოლოგები და სხვადასხვა შეთავაზებიდან შესაძლებელია შეირჩეს ერთი, ან რამდენიმე. დარწმუნებული ვარ, სულ მალე ხელოვნური ინტელექტის გამოყენება აქტუალური გახდება პოლიტიკურ პიარში, გარკვეული პოლიტიკური

⁴⁵ დარჩია მ., პიარის საწყისები, იხ., <<http://prweek.ge/news/104/piaris-sawyisebi-cxel-CaisTan-erTd> > [ბ.წ 05.03.2023].

⁴⁶ შულაია ა., “პოლიტიკური პიარის ზეგავლენა საზოგადოების ფართო მასებზე და პოლიტიკური სუბიექტების მარკეტინგული შეთავაზებები”, თბილისი, 2019, გვ. 26

დიაგნოსტიკისთვის, მაგრამ ეს დროის საკითხია, ყოველ შემთხვევაში საქართველოს რეალობაში.

პოლიტიკური პიარის ინსტრუმენტი - მედია

პოლიტიკა არის ის სფერო, რომელიც ყველაზე ხშირად იყენებს მედიას საზოგადოებასთან კომუნიკაციის დროს. მედია საზოგადოებაზე გავლენით მის აზრზე, გემოვნებასა და წარმოდგენებზე რეაგირებს, ამით ხშირ შემთხვევაში დემოკრატიული ქვეყნის ჩამოყალიბებას უზრუნველყოფს. თუმცა, ჩნდება კითხვა, რამდენად კეთილსინდისიერად ცდილობს მედია თავისი, როგორც საზოგადოებრივი ინსტიტუტის ფუნქციის შესრულებას?! საქართველოში მედია აშკარა კონტრასტულობით და პოლარიზებით გამოირჩევა, აქცენტი დაჩაგრულის როლის მორგებაზე კეთდება, რადგან ქართული ეთნოსი, რელიგია და მსოფლმხედველობა მოწყვლადი სუბიექტის დაცვისკენაა მიმართული. საინტერესო იქნებოდა, თემის ფუნდამენტური კვლევა, თუმცა ყოველდღიური დაკვირვებით, რაც ჩემი სამუშაო დღის განუყოფელი ნაწილია ტენდენცია მკვეთრად და შეუიარაღებელი თვალითაც ჩანს. თუ ერთ არხზე, ამბების თანმიმდევრობაში საინფორმაციო გამოშვებები მძაფრი, უარყოფითი კონტექსტით იწყება, მეორეზე დავინახავთ, რომ საზეიმო განწყობაა, რაც გვაფიქრებინებს, რომ სრულ გაურკვევლობაში ვართ. მედია პოლარობის ომში, ტოქსიკურ ველში ექცევა მაყურებელი. შეგნებულად არ ვასახელებ მედია არხებს და გადაცემებს, რადგან ვინარჩუნებ კოლეგიალობას და ეთიკას ორივე ფრთის მიმართ, თუმცა როცა მედია ვერ საზრდოობს გაყიდული პროდუქტის შემოსავლით და დაფინანსების წყარო ხშირ შემთხვევაში ცნობილია, ბუნებრივია რომ დონორი მხარის მორჩილებაში ვერ შეინარჩუნებს წონასწორობას. მედიის თანამედროვე რეალობას, ვფიქრობ სულ მალე დაემუქრება საფრთხე, როგორც ტელევიზორს, რომელიც ჩანაცვლა კომპიუტერმა და იმაზე მალე ვიდრე წარმოგვიდგენია ტელევიზია გადაინაცვლებს სრულად ონლაინ პლატფორმებზე.

თანამედროვე პოლიტოლოგიაში მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ხასიათდება ისეთი „ტიტულებით“, როგორებიცაა: „დიდი არბიტრი“, „მეოთხე ხელისუფლება“ და ა.შ. რწმენა მედიის ყოვლისშემძლეობისა იმდენად დიდია, რომ პოლიტიკური მოღვაწეები თვლიან – „ვინც აკონტროლებს ტელემედიას, ის აკონტროლებს მთელს ქვეყანას“.

მნიშვნელოვანია ყურადღება გავამახვილოთ მას-მედიის მოდელებზე, როგორც ენდრიუ ჰეივუდი⁴⁷ თავის ნაშრომში „პოლიტიკა“ ამბობს: არსებობს ოთხი მოდელი: პლურალისტური - რაც განსხვავებულსა და მრავალფეროვანს ნიშნავს. მედიის გავლენას საარჩევნო პროცესებზე არ უარყოფს, მაგრამ იგულისხმება რომ ის მიუკერძოებელია, ანუ ის ერთგვარი წონასწორობის ბერკეტად წარმოჩინდება. მედია დადებით როლს თამაშობს, როგორც „ინფორმატორი“, ის დემოკრატიის ხარისხსაც უზრუნველყოფს და მთავრობის მაკონტროლებელიც არის.

გაბატონებულ - იდეოლოგიური მოდელი - მოდელის თანახმად მედია პოლიტიკურად კონსერვატიულ ძალად აღიქმება და ძირითადად ეკონომიკური გუნდის და საზოგადოებრივი ელიტის ინტერესებს ასახავს. ის, მასების მორჩილებას უწყობს ხელს, ასევე პოლიტიკური პასიურობის ხელშემწყობია.

ელიტის მორჩილების მოდელი - ეს მოდელი იმ პირების ჰეგემონობაზეა აგებული ვინც ინფორმაციის გავრცელებას კურირებს: რედაქტორები, ჟურნალისტები, რომლებიც ერთის მხრივ ემორჩილებიან „მედია მაგნატებს“ მეორეს მხრივ, მათ ინტერესებსაც ავრცელებს პირადი შეხედულებების, ან სარგებლობის გამო.

საბაზრო მოდელი - საერთოდ არ აღიარებს მედიაში მიკერძოებას. მიიჩნევს რომ მედია მხოლოდ რეალურ სურათს ასახავს, რადგან უპირატესად ის ბიზნესისა და მოგების მაქსიმიზაციისკენ მიისწრაფვის და საზოგადოების მოთხოვნას აკმაყოფილებს. უარყოფს „ცენზურას“⁴⁸ მედიის, როგორც მეოთხე ხელისუფლების, ფუნქცია არის მთავრობის საქმიანობის შესახებ საზოგადოების ინფორმირება, იმ სამი საკანონმდებლო, აღმასრულებელი და სასამართლო ხელისუფლების

⁴⁷ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ. 319

⁴⁸ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ. 318

კონტროლი, რომელიც საზოგადოების თავისუფლების, თანასწორობის და სამართლიანობის გარანტია. სახელმწიფო სტრუქტურების ინფორმაციის ტრანზიტი არის სახელმწიფო პიარი, რომელიც სუბორდინაციულად მართავს მთელს სახელმწიფო მანქანას, დაწყებული არსებული ორგანიზაციიდან, დასრულებული სულ მაღალი ემელონებით. სახელმწიფო პიარი არ არის თავისუფალი, როგორ შეიძლება ის არ იყოს ტენდენციური და მიუკერძოებელი.

რა თქმა უნდა, საინტერესო და საკამათოა ასრულებს თუ არა ქართული მედია, მეოთხე ხელისუფლების ფუნქციას?!

მართლაც, თანამედროვე პოლიტიკა წარმოუდგენელია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გარეშე. მედია პოლიტიკური პროცესების მონიტორინგის, პოლიტიკურ პოზიციათა დაპირისპირებისა და მათი საზოგადოებასთან კავშირის უზრუნველმყოფის სივრცეს ქმნის. ბუნებრივია, რომ მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს ქართული სახელმწიფოს განვითარებაში. ის არის მუდმივი მსჯელობისა და განხილვის საგანი, როგორც მეცნიერების, ასევე ექსპერტებისა და თავად ჟურნალისტების მხრიდან.

მეორეს მხრივ, პოლიტიკა – არის საქმიანობა, რომლის მეშვეობითაც ადამიანები თანაცხოვრებისთვის აუცილებელ და ზოგად წესებს ადგენენ, ცდილობენ ცხოვრება გაიუმჯობესონ და სამართლიანი საზოგადოება შექმნან. საზოგადოება, რა თქმა უნდა, უდიდეს როლს თამაშობს საკუთარი ქვეყნის და მსოფლიოში მიმდინარე პროცესების განვითარებაში, თუმცა საქართველოში მოსახლეობის დიდი ნაწილი არ არის აქტიურად ჩართული მოვლენათა ეპიცენტრში, თუ რაიმე გადაამწყვეტი ტალღის ეფექტი არ დგას ქვეყნის წინაშე. განსაკუთრებით მწვავედ რეაგირებს საქართველოს მოსახლეობა დაჩაგრულის, გარდაცვლილის დაცვის პროცესში. ამ მომენტში, ისეთი აღქმა გეუფლება, რომ ყველა თავის ეგოცენტრულ მისწრაფებას იკმაყოფილებს და თავს უფრო თვალსაჩინოდ, აღიარებულად გრძნობს. ამ რაკურსში შეგვიძლია 2012 წლის არჩევნები გავიხსენოთ, თუ როგორ მასშტაბურად გაემიჯნა ხალხი მოძალადე გარემოს.

დემოკრატიზაციისა და თავისუფალი სიტყვის ძეგლის პროცესში მიმაჩნია, რომ მედიაში, ჟურნალისტიკაში მთავარი ღირებულება - პროფესიონალიზმი გაუფასურდა? აქვს, კი ქართულ ჟურნალისტიკას/მედიას ეთიკა? და თუკი აქვს, ხელმძღვანელობს ამ ეთიკის ნორმებით?! გავრცელების რა იარაღებს იყენებს სამუშაო პროცესში? შემთხვევით ხომ არ ლახავს სახელმწიფოს უსაფრთხოების ჩარჩოს? თუკი არ არის პროფესიონალი, არ აღიარებს ეთიკის ნორმებს, უნდა დავეყრდნოთ თუ არა მის კეთილსინდისიერებას, რომ მისი „უცოდინარობის“ მიუხედავად დაძლევს ცდუნების სურვილს?

პიერ ბურდიე თავის ნაშრომში „ტელევიზიის შესახებ“ გვეუბნება: „ჟურნალისტი სრულიად აბსტრაქტული რამაა და როგორც ასეთი, არც კი არსებობს. არსებობენ მხოლოდ კონკრეტული - სქესით, ასაკით, განათლების დონით - ერთმანეთისგან განსხვავებული ჟურნალისტები, რომლებიც სხვადასხვა გამოცემებსა და მედია საშუალებებში მუშაობენ“.⁴⁹ “ვინც მახვილი აიღოს, მახვილითვე მოიკვეთოსო, ნათქვამია; ხოლო ბრძოლა ყველგან ბრძოლაა. გამოდის, რომ მართალი ყოფილა მთიდან ნაქადაგები ეთიკა” გვიზიარებს მაქს ვებერი.⁵⁰

გასული საუკუნის დასაწყისში დაიწყო PR-ის, როგორც საკომუნიკაციო დისციპლინის დამკვიდრება. პირველი ფაქტი, რომლის დროსაც სიტყვა „Public Relations“ (ფაბლიქ რელეიშენზ) გამოიყენეს ასეთი იყო: ამერიკის შეერთებულ შტატებში სარკინიგზო კატასტროფების სერიის შემდეგ, მკვეთრად შემცირდა სარკინიგზო ტრანსპორტის გამოყენება, რის გამოც ამერიკის რკინიგზის დეპარტამენტმა რამდენიმე სპეციალობის თანამშრომელს დაავალა, რომ მომხმარებელი რკინიგზის უსაფრთხოებაში დაერწმუნებინა. მაშინ, ფსიქოლოგების, სოციოლოგების, მარკეტოლოგებისა და ჟურნალისტების ჯგუფის წევრებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) სპეციალისტები უწოდეს.

ამ სფეროში ერთ-ერთ ედუარდ ბერნეისი იყო, რომელმაც 1919 წელს ნიუ-ორკში ჩამოაყალიბა PR საკონსულტაციო კერძო ფირმა, რომელიც კლიენტებს

⁴⁹ Bourdieu P., Sur la télévision, Carpe diem, 2022, p.p. 30-33

⁵⁰ ვებერი მ., “პოლიტიკა როგორც მოწოდება და ხელოვნება”, გამომცემლობა “carpe diem”, თბილისი, 2021, გვ. 72

კონსულტაციას უწევდა საზოგადოებაში სწორი რეაქციებისა და ქმედებების შესახებ, ხოლო 1923 წლიდან, მან ნიუ-ორკში სტუდენტთა ჯგუფი შეკრიბა და PR-ის პირველი კურსები ჩამოაყალიბა. შემდეგ დარგი საკმაოდ განვითარდა და მსოფლიო მასშტაბით ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი დაიკავა ბიზნეს და სახელმწიფო ურთიერთობებში. დღეისათვის PR-ის გარეშე წარმოუდგენელია წამყვანი კერძო ფირმების არსებობა. დღეისათვის გამოდის სამეცნიერო ლიტერატურა ამ სფეროში, თითქმის ყველა ქვეყანაში არსებობს ამ დარგის სპეციალისტთა მოსამზადებელი ცენტრები, რომ არაფერი ვთქვათ საუნივერსიტეტო სწავლებაზე, სადაც კურსდამთავრებულებს ენიჭებათ ბაკალავრის, მაგისტრის, დოქტორის ხარისხი. ფუნქციონირებს, როგორც ნაციონალური, ასევე საერთაშორისო PR პროფესიული ასოციაციები და უამრავი კერძო PR საკონსულტაციო ფირმები. PR-ი ნებისმიერი ორგანიზაციული ფირმის საქმიანობისათვის ეფექტური მართვის განუყოფელ ნაწილად იქცა.

ამერიკული PR-ის ისტორია რამდენიმე ეტაპად იყოფა:

PR-ის საწყისი პერიოდი 1900-1917 წლებია, როდესაც ყოფილი ჟურნალისტები ახალ საქმიანობას შეუდგნენ. ამ დროს მოღვაწეობდნენ რექს ჰარლოუ, აივი ლი და სხვა თვალსაჩინო მოღვაწეები.

უნდა გამოვყოთ, პირველი მსოფლიო ომის პერიოდი, როდესაც უმთავრესი მიზანი სამხედრო მოქმედებების მხარდასაჭერად მოსახლეობის დაინტერესება და ჩართვა იყო. პრეზიდენტმა ვილსონმა დააარსა ე.წ. „კრილის კომიტეტი“ ჯორჯ კრილის მეთაურობით. 3000-მდე რეგიონში თანამშრომელთა ინსტიტუტი შეიქმნა. ათასობით ადამიანი ავრცელებდა ვაშინგტონიდან მიღებულ ინფორმაციას და ამ ინფორმაციას გააჩნდა განუზომელი ძალა.

მესამე ეტაპი, 20-იანი წლების „ეკონომიკური ბუმი“-ის პერიოდია, პროდუქციის ბაზარზე გასაღება მთავარ მიზანს წარმოადგენდა, პიარმა მოიცვა საზოგადოების ყველა სფერო და მოედო როგორც ბიზნესს, პოლიტიკას, ეკლესიასაც კი. შეიქმნა ახალი PR სააგენტოები, გამოჩნდნენ ახალი სპეციალისტებიც.

მეოთხე ეტაპი რუზველტის ეპოქა და მეორე მსოფლიო ომია: ამ პერიოდს უკავშირდება საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა და ახალი ტექნოლოგიების კვალდაკვალ საზოგადოებრივი გამოკითხვებიც გახდა აქტუალური. საფუძველი დაედო არჩევნებში PR ტექნოლოგიების გამოყენებას. აღსანიშნავი თარიღია, 1933 წელი პოლიტიკური კონსულტაციების სააგენტოების შექმნა და პროცესების ფორმირება, რომელსაც უძღვებოდნენ ცოლ-ქმარი კლემ უაიმაკერი და ლიონ ბაკსტერი. მეორე მსოფლიო ომმა გამოააშკარავა, რომ PR-ის ინსტრუმენტად შეიძლება რეკლამა ჩაითვალოს. დაიწყო სარეკლამო კამპანიების ორგანიზება და მასში ინვესტირება.

მეხუთე ეტაპი ომის შემდგომ ხანად მიიჩნევა: 1945-1965 წლებში დაიწყო ამერიკაში პირველი სპეციალისტების მომზადება PR-ში. პიარმა მკვეთრად განავითარა საერთაშორისო ურთიერთობები და საერთაშორისო ბიზნესი. ამას თან დაერთო ტექნიკის განვითარება. ტელევიზიის შექმნამ უდიდესი წარმატება მოუტანა PR-ს, როგორც პოლიტიკის, ასევე ბიზნესის სფეროში. შეიქმნა PR-სახელმძღვანელოები. საფუძველი ჩაეყარა რამდენიმე საერთაშორისო PR ასოციაციას.

მეექვსე ეტაპი PR-ის გლობალიზაციის პერიოდია: ინფორმაციის გლობალიზაციის ეპოქა, რომელიც ახალი ტექნოლოგიების მძლავრი განვითარებით იპყრობს ჩვენს ყურადღებას. მთელს მსოფლიოში იქმნება PR საკონსულტაციო სააგენტოები, ეროვნული ეკონომიკა ხდება მსოფლიო ეკონომიკის ნაწილი. ძალიან ბევრ ქვეყანაში წარმატებით ეუფლებიან PR-ის სპეციალობას. ყველაფერი თითქოს ერთბაშად ხელმისაწვდომი ხდება, მათ შორის ინფორმაცია, რომელსაც პიარი უზრუნველყოფს.

საზოგადოებასთან ურთიერთობა, როგორც პროფესიის ჩამოყალიბების პროცესმა, განსაკუთრებულ დინამიკას ამერიკაში მე-19 საუკუნის ბოლოს მიაღწია.

PR -ის უშუალო წინამორბედად მოიაზრება პრეს-შუამავლობის განვითარება, ეგრეთწოდებული პრეს-აგენტი. მე-19 საუკუნის პირველ ნახევარში ამ საქმიანობის ყველაზე ცნობილ წარმომადგენლებად იყვნენ აღიარებული ამოს კენდალი და ფინეს ბარნუმი. ორივე წარმომადგენლის სახელს მნიშვნელოვნად უკავშირდება

PR-ის, როგორც დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი მოვლენის ჩამოყალიბების ეტაპები. ამოს კენდალი გახდა PR-ის ისტორიაში პრეზიდენტის პირველი პრესმდივანი. იმ დროს პრეს-შუამავლობის პიონერებად გამოდიოდნენ მოხეტიალე ცირკები და თეატრალური დასები, რომლებიც ხშირად ქირაობდნენ სპეციალისტებს ჟურნალისტთა რიგებიდან. მათ მოვალეობაში ნებისმიერი საშუალებებით კარგი პრესის, ანუ კარგი გამუქების უზრუნველყოფა შედიოდა.

პიარის სათავეებთან ჟურნალისტები აღმოჩნდნენ ყველაზე მომზადებული ადამიანები, მათ შეძლეს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში დამკვიდრება. ბიზნესმაც აღიარა პიარის საჭიროება, როგორც შემდგომში აღმოჩნდა, ფსიქოლოგიური ზემოქმედების საუკეთესო საშუალება გულწრფელობა, კეთილგანწყობა და სამართლიანობა იყო. შემდგომი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი, რომელმაც „საზოგადოებასთან ურთიერთობის“ სისტემის განვითარებას იმ დროს მისცა მძლავრი იმპულსი, ამერიკის ნაციონალური ბაზრის განვითარება იყო, ასევე მასობრივი პრესის ჩამოყალიბება, რომელსაც იმ დროისათვის უკვე შეეძლო ქვეყნის მასშტაბით ინფორმაციის გავრცელება. სწორედ ამ პროცესში ებრძოდნენ მონოპოლიას გაზეთები და მათი თანამშრომლები. პრეს-აგენტებს გაუჩნდათ სურვილი ჰქონოდათ საკუთარი საქმე, რომელიც მისცემდა მათ საშუალებას გამოემუშავებინათ საარსებო ფინანსები, ისინი უწევდნენ მომსახურებას დამკვეთებს „პაბლისიტის“ სფეროში. პირველი დამოუკიდებელი ამერიკული ფირმა, რომელიც ემსახურებოდა დამკვეთებს 1900 წელს ბოსტონში გაიხსნა, სახელწოდებით „პაბლისიტი-ბიურო“.

პიარ ფირმებმა აღმოცენება დაიწყეს ვაშინგტონში, სადაც ხორციელდებოდა კანონების მიღება და საჭირო იყო გარკვეული ზეწოლა კაპიტოლიუმზე. უილიამ სმიტის სააგენტო, რომელიც 1902 წელს ჩამოყალიბდა, იწვევდა არა მხოლოდ ჟურნალისტებს, არამედ იმათაც, ვინც ადრე მუშაობდა კონგრესში ან კონგრესზე. აივი ლედბეტერ ლის გამოჩენამ პაბლისიტი, როგორც პრესასთან ურთიერთობის ფორმა, ახალ საფეხურზე აიყვანა. მან სწორად გააცნობიერა, რომ მხოლოდ პრესასთან მუდმივ ურთიერთობებს შეუძლიათ დიდი ბიზნესისათვის სასურველი შედეგების მოტანა. 1906 წელს აივი ლიმ მის მიერ შექმნილი ფირმის სახელით

მიმართვა გაუგზავნა გაზეთის გამომცემლებს, სადაც ჩამოაყალიბა თავისი მრწამსი და უწოდა მას „დეკლარაციის პრინციპები“. „ჩვენი მიზანი იმაში მდგომარეობს, რომ პრესას და ამერიკის საზოგადოებას, საქმიანი წრეებისა და საზოგადოებრივი ორგანიზაციების სახელით გულწრფელად და ღიად მივაწოდოთ დროული და ზუსტი ინფორმაცია იმ საკითხებზე, რაც საზოგადოებისთვის ღირებულსა და საინტერესოს წარმოადგენს.“⁵¹

აივი ლი დროულად და დახვეწილად აწვდიდა საზოგადოებას ინფორმაციას თავისი კლიენტის საქველმოქმედო საქმიანობის შესახებ. ამ მხრივ, თვალსაჩინოა ასეთი მაგალითი. ერთხელ როკფელერმა ჩიკაგოს უნივერსიტეტისადმი მისალმებაში აღნიშნა: „ჩემი ფული მე ღმერთმა მომცა“. ლიმ პრეს-რელიზში ეს სიტყვები ასე განმარტა: „როკფელერს მხედველობაში ჰქონდა, რომ მისი ფორტუნა იყო ისტორიული შემთხვევითობის შედეგი, ამიტომაც იგი თავს გრძნობს უფრო მეურვედ, ვიდრე მფლობელად“.

აივი ლის მიერ ჩამოყალიბებული იდეა საზოგადოების ინფორმირების პრაგმატული მიზანშეწონილობის შესახებ, იქცა ამერიკულ საზოგადოებაში ფაბლიკ რილეიშენზის ფუნდამენტურ დოქტრინად.

მარკეტინგი პიარის შემდგენელი ნაწილია, ისევე როგორც ადამიანის პირი, რადგან ინსტრუმენტის გარეშე კომუნიკაცია წარმოუდგენელია, და ეს ორი სახე, ორი ფრთა ერთმანეთის შემავსებელია. თუ არ არსებობს მასების მართვის სურვილი ანუ PR ვერ იფუნქციონირებს მასზე ინფორმაციის მიწოდების სტიმული.

მეცნიერები კოლტერი და კელერი პიარისა და მარკეტინგის დამოკიდებულებასა და მიმართებაზე დავობენ. პიარს მარკეტინგის შემადგენელ ნაწილად განიხილავენ. საპირისპირო აზრს ავითარებენ უილკოქსი და კამერონი, საზოგადოებასთან ურთიერთობას მარკეტისაგან აცალკევებენ და აპირისპირებენ. მათ მიაჩნიათ, რომ ხშირ შემთხვევაში მარკეტინგი პიარის ერთ-ერთი კომპონენტია. ეს ვერსია ჩემთვის სრულიად მისაღებია, რადგან, მაგალითად საჯარო სამსახურები და კერძო სამსახურების ნაწილი (მცირე მეწარმეები მეტწილად) არ გამოყოფენ პიარისა და

⁵¹ სეიტელი ფ., „PR-ის ფორმირების თეორიული ასპექტები“, თბილისი, 1995, გვ. 33

მარკეტინგის განყოფილების, აცხადებენ კონკურსებს მხოლოდ პიარის ვაკანსიაზე, თავის მხრივ კი პიარი შემდეგ ითავსებს პიარისა და მარკეტინგის სამუშაოს.

ნაშრომში „პოლიტიკური მარკეტინგის საფუძვლები“ მალხაზ მაცაბერიძე პოლიტიკური ბაზრის არსსა და ბაზარზე არსებული სუბიექტებისა და ობიექტების ტიპებს აყალიბებს და ერთმანეთისგან გამოყოფს. აღგვიწერს მსგავსებებსა და განსხვავებებს, რომლებიც ყალიბდება ბაზასთან მიმართებაში. შესაბამისად, წარმოგვიდგენს ბაზრის ელემენტთა სამ ძირითად ჯგუფს: პოლიტიკური სუბიექტები, პოლიტიკური ობიექტები და პოლიტიკური საქონელი.⁵²

პოლიტიკური კანდიდატი - საარჩევნო პროცესი მოიცავს - პიროვნებებს და ორგანიზაციებს. მას, როგორც საარჩევნო სუბიექტს აღენიშნება, პოლიტიკური ბაზრის, ასევე საქონლის ნიშანთვისება. მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით, მაქს ვებერი შემდეგ მოსაზრებას გვიზიარებს: სულ ორი რამეა, რატომაც შეიძლება ადამიანმა პოლიტიკა გახადოს ხელობად “იცოცხლო პოლიტიკისთვის, ან კიდევ ისე, რომ იცხოვრო პოლიტიკით”⁵³

იმ შემთხვევაში, თუ პიარტექნოლოგისათვის ცნობილია ადამიანის ქვეცნობიერში არსებული მისწრაფების, გემოვნების გარკვეული მახასიათებლები და ფსიქოლოგიური იმპულსების აღმძრავი ფაქტორების მასტიმულირებელი საშუალებები, მას შეუძლია მათზე ზემოქმედების საშუალებით გარკვეული გავლენა მოახდინოს ამ კონკრეტული ადამიანის ქცევაზე და წარმართოს იგი სასურველი მიმართულებით.⁵⁴ მეორე შეხედულება კანდიდატის უკეთესი ხატის წარმოჩენას გულისხმობს. ისევე, როგორც პირველი დებულება, ასევე ეს უკანასკნელიც, გამყარებულია ზიგმუნდ ფროიდის ნაშრომებით ფსიქოანალიზის შესახებ. იმიჯმეიკერების მიზანია, ამ ორივე დებულების გათვალისწინებით შექმნან კონკრეტული ადამიანისაგან იდეალური ვერსია, ისეთი კატეგორიის

⁵² შულაია ა., „პოლიტიკური პიარის ზეგავლენა საზოგადოების ფართო მასებზე და პოლიტიკური სუბიექტების მარკეტინგული შეთავაზებები“, თბილისი, 2019, გვ. 36

⁵³ ვებერი მ., პოლიტიკა როგორც მოწოდება და ხელოვნება, გამომცემლობა „carpe diem“, თბილისი, 2021, გვ. 15

⁵⁴ ციციშვილი რ., „სოციალური ფსიქოლოგიის საფუძვლები“, „საქართველოს უნივერსიტეტის“ გამომცემლობა, თბილისი, 2012, გვ. 46

ლიდერი, რომელიც მისაღები და მიმზიდველი იქნება ამომრჩევლისათვის. იდეალურ შემთხვევაში, მიდგომა გულისხმობს პიროვნების დადებითი თვისებების თვალსაჩინოდ წარმოდგენას, ხოლო საზოგადოებისათვის მიუღებელი, სუსტი თვისებების მინიმალიზებას პოლიტიკურ რეკლამასა და საარჩევნო პროცესში მათი იგნორირებით. როდესაც საუბარია, როგორც სამეცნიერო ტერმინზე, მასში იგულისხმება სოციალური იმიჯი და თუ ჩვენ ამას მუდმივად გავითვალისწინებთ თავიდან ავიცილებთ მსჯელობის არაპროპორციულად განვრცობას. პატრიცია როდრიგეს მოსკუერა აყალიბებს სოციალური იმიჯის განმარტებას: “სოციალური იმიჯი, ანუ შეხედულებანი, რაც სხვებს აქვთ, ჩვენსა და ჩვენი ჯგუფების შესახებ”.⁵⁵ მეცნიერი იმიჯს განიხილავს, როგორც კომუნიკაციურ ერთეულს, რომელიც პოლიტიკურ ობიექტსა და სუბიექტს შორის კომუნიკაციის ერთ-ერთი ძირითადი ინსტრუმენტია და სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხების საშუალებით ვერტიკალურად გადაეცემა ინფორმაციის მომწოდებლისგან ინფორმაციის მიმღებს ანუ ამომრჩეველს. ამასთან, იმიჯი მის ნაშრომში მიჩნეულია შედეგების მიღწევის ერთ-ერთ ყველაზე ეფექტურ საშუალებად. ეყრდნობა რა, ჯ. ჩესტარას ნაშრომს „საქმიანი ეტიკეტი და საზოგადოებასთან ურთიერთობა”⁵⁶ გვთავაზობს კენედისა და ნიქსონის ტელედებატების მაგალითს, რომელშიც გამოყენებული იყო პიროვნების იმიჯის, მისი თითოეული მოქმედების, ქცევის შემუშავების მექანიზმები. როგორცაა: პიროვნების მიერ დებატებისას გამოხატული ჟესტიკულარული ქცევები, ხმის ტემბრი, მიმიკები, პოზები და ა.შ. ამასთან, ნაჩვენებია გარკვეული ანტიპიარის მექანიზმი, რაც გამოიხატებოდა იმაში, რომ სატელევიზიო ეთერით გადაცემისას ვიდეო ოპერატორმა ყურადღება გაამახვილა ნიქსონის თვალშისაცემ, არადამაჯერებელ თვისებებსა და ქცევაზე; როგორცაა, თვალების ნერვიული მოძრაობა, ნერვიული ხმის ტემბრი და ჭარბი ოფლიანობა. ყველაფერმა ამან

⁵⁵ Mosquera P., "The centrality of social image in social psychology", *Evropian Journal of social psychology* **18**,
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.820?fbclid=IwAR18okIoUIwt82POvxzpOK8smoXSPZ2wKW_wx6eWaOoLIFknx_hu1aNiDtw > [16.06.2011]

⁵⁶ შუბითიძე ვ., ბუცხრიკიძე ა., “იმიჯოლოგია, როგორ გავიმარჯვოთ არჩევნებში”, თბილისი-ქუთაისი, 2009, გვ. 56

არამხოლოდ კენედის საარჩევნო დაპირებების, პროგრამის ან გარეგნული უპირატესობის, არამედ ნიქსონის ამავე მახასიათებლების გარკვეულწილად ნეგატიურად წარმოჩენის გზით, პირველს მოუტანა საბოლოო წარმატება და აშშ-ს საპრეზიდენტო არჩევნებში გამარჯვება. შუბითიძის ამავე ნაშრომში, პოლიტიკოსი განხილულია ორი რაკურსით: როგორც სიმბოლო და როგორც მსახიობი, რომელიც არამარტო თავად არის გარკვეული პარტიის, პოლიტიკის ან იდეოლოგიის ერთგვარი სიმბოლო, არამედ ცხოვრობს იმ ილუზიურ სამყაროში, რომელიც თავად შექმნა საკუთარი აუდიტორიისათვის წარსადგენად და პოლიტიკურად აქტიური ცხოვრების მანძილზე (სულ მცირე) უწევს იცხოვროს ამ წარმოსახვით ილუზიურ სამყაროში, სადაც საჯარო აქტორი არის არა თავად იგი, არამედ მისი ხატი, როლი. პოლიტიკური იმიჯის ფორმირებაში, შუბითიძის აზრით, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება არა მარტო პიროვნების პოლიტიკურ საქმიანობას, არამედ პირად ცხოვრებასაც. ამ მხრივ, პიარტექნოლოგები მუშაობენ პიროვნების წარსულის, ოჯახური მდგომარეობის, ჰობის და სხვა, მსგავსი, არაძირითადი მახასიათებლების ამომრჩევლისთვის „მისაღებად“ შეფუთვაზე. ქართულ პოლიტიკურ ასპარეზზე ოჯახი საკმაოდ მნიშვნელოვანი ფაქტორია პოლიტიკოსის იმიჯის ფორმირებაში. გამომდინარე იქიდან, რომ ქართველი ამომრჩეველი ძირითადად საკმაოდ კონსერვატიულია და დიდად ფასობს ოჯახი, როგორც ინსტიტუტი და ადამიანის წარმატება განიხილება მისი ოჯახის წარმატებად. ასევე, ნიშანდობლივია, რომ საზოგადოებაში ნდობას იწვევს ის კანდიდატი, რომლის კამპანიაშიც აქტიურად მონაწილეობენ მისი ოჯახის წევრები.⁵⁷

I.II უსაფრთხოების თეორიული ხედვა და ტიპოლოგია

უსაფრთხოების და თავდაცვის თემა ყოველთვის წარმოადგენდა საერთაშორისო ურთიერთობების და პოლიტიკის მთავარ საკითხებს სულ მცირე სამოცდაათი წლის განმავლობაში, განსაკუთრებით „ცივი ომის“⁵⁸ დაწყებისთანავე. ამავე დროს

⁵⁷ შუბითიძე ვ., ბუცხრიკიძე ა., “იმიჯოლოგია, როგორ გავიმარჯვოთ არჩევნებში”, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი-ქუთაისი, 2009, გვ. 57

⁵⁸ „ცივი ომი“ - დაპირისპირებამ აშშ-ს და სსრკ-ს შორის, რომელიც დაიწყო მეორე მსოფლიო ომის დამთავრებისთანავე და გაგრძელდა 1991 წლამდე, როდესაც საბჭოთა კავშირი გაქრა მსოფლიო პოლიტიკური რუკიდან.

არის მოსაზრება, რომ საერთაშორისო ურთიერთობები არის მსოფლიოს გადარჩენის შესწავლის მეცნიერება, რომელშიც უსაფრთხოების ასპექტი მაღალი დონის ანალიზის საფეხურს და კვლევის უფრო ფართო მოდელს მოიცავს. (ამავე დროს, ეს მეცნიერება მასობრივი განადგურების შეიარაღების და მისი გავრცელების შესწავლის თემასაც გულისხმობს). თუმცადა უსაფრთხოების პრობლემატიკა გახდა აქტუალური საკითხი პირველი მსოფლიო ომის შემდეგ, როდესაც კაცობრიობა დაფიქრდა თუ რა ტრაგიკული შედეგები მოიტანა მთლიანად კაცობრიობისთვის ომმა. ამიტომაც საერთაშორისო პოლიტიკური სისტემის ახლებურად ჩამოყალიბების პირობებში კიდევ უფრო მეტად იზრდება უსაფრთხოების როლი და ადგილი ამ სისტემის შემდგომი განვითარების საქმეში. უკვე შემოვიდა სპეციალური ტერმინი, გლობალური უსაფრთხოება.⁵⁹ ასეთი „გლობალიზაციის“ პირობებში გარკვეულწილად შეიცვალა მსოფლიო პოლიტიკური სისტემა და მისი შემადგენელი ელემენტები. ასეთი გლობალური ფორმატის ფარგლებში კიდევ უფრო ფართო ხდება მასში მონაწილე აქტორების რაოდენობა, რომელთა შორის მოიაზრებიან - სახელმწიფოები, საერთაშორისო ორგანიზაციები და არასამთავრობო ორგანიზაციები. ასეთი სახის სისტემაში შეყვანილნი არიან ისეთი ტიპის აქტორები, როგორებიცაა: მრავალეროვნული კორპორაციები (როგორც არა-სამთავრობო ორგანიზაციების ნაირსახეობა მოქმედნი მაღალი დონის პოლიტიკურ არენაზე), ასევე, მოგვიანებით გამოჩნდნენ თვისობრივად ახალი სახის აქტორები, რომლებსაც პირობითად შეიძლება ვუწოდოთ „ჰიბრიდული აქტორები“, მათ გააჩნიათ საერთაშორისო ურთიერთობების სისტემის აქტორებისთვის დამახასიათებელი კომბინირებული ნიშან-თვისება (ამაზე ქვემოთ ვისაუბრებთ). ამ კონტექსტში აღსანიშნავია ხაზი

⁵⁹ **გლობალური (ისევე როგორც რეგიონული) უსაფრთხოება** - არის უსაფრთხოების ისეთი მოდელი, რომელიც ხორციელდება საერთაშორისო და სახელმწიფოთაშორისი ორგანიზაციების მეშვეობით, რომელიც დაფუძნებულია საერთაშორისო სამართლის პრინციპებსა და ნორმებზე, რომელთა განხორციელება აიძულებს სახელმწიფოებს, როგორც საერთაშორისო პოლიტიკის აქტორებს, უფრო მეტად გაუფრთხილდნენ სუვერენიტეტს ან მის უხეშ დარღვევაზე პასუხი აგონ. სწორედ საერთაშორისო სამართალი პრინციპები, ნორმები, ისევე როგორც საერთაშორისო სანქციები განკუთვნილია აქტორებისთვის. თუმცადა, რეალურ სივრცეში, გლობალური უსაფრთხოება შეიძლება აღმოჩნდეს კონკრეტული საფრთხეების წინაშე, რომელიც არ გამომდინარეობენ სახელმწიფოებისგან და საერთაშორისო სამართალიც კი უძლურია რაიმე ფორმით აღკვეთოს ისინი - მაგალითად, ტერორისტული ორგანიზაციების ფენომენი.

გაეხვას იმ გარემოებას, რომ 21-ე საუკუნეში საერთაშორისო პოლიტიკური და საერთაშორისო უსაფრთხოების სისტემებისთვის დამახასიათებელია ახალი ტიპის მოთამაშეთა და მოვლენათა შემდეგი სახის ერთობლიობა: გლობალური ვაჭრობა და ფინანსები, საკომუნიკაციო და საინფორმაციო ქსელები (ვირტუალური გარემო და კიბერუსაფრთხოება, სადაც არ არსებობს არავითარი რეგულაცია), სოციალური და რელიგიური მოძრაობები, კულტურული ტრანსფორმაცია, ისევე როგორც სიღარიბე, სიდუხჭირე და მათთან დაკავშირებული პრობლემები.

საერთაშორისო ურთიერთობები ასევე განიხილება ისეთ სამეცნიერო და აკადემიურ დარგად, რომლის მეოხებითაც შეიძლება ახალი გლობალური პრობლემების დამლევა და ძველი პრობლემების უკეთ აღქმა. მაშინ, როდესაც ფრანკლინ დელანო რუზველტი პოლიომიელიტით დაავადდა. ის სამუდამოდ დარჩა პარალიზებული, რაც ნებისმიერი პიროვნებისთვის კატასტროფის ტოლფასი მდგომარეობაა, თუმცა სწორედ პოზიტიური აღქმის წყალობით შეძლო გამხდარიყო შეერთებული შტატების საუკეთესო გენიალური პოლიტიკოსი.⁶⁰ ამ მოსაზრებას ადასტურებს ის გარემოებაც, რომ დღევანდელ პირობებში, ხორციელდება რევოლუციური გარდაქმნები, როგორც თვისებრივი, ისე ხარისხობრივი ხასიათის, რომლებიც ცვლიან უშუალოდ საერთაშორისო ურთიერთობების არსსაც.

1. მიმდინარე საერთაშორისო პოლიტიკური მოვლენები გლობალიზაციის პროცესში, სადაც წინა საუკუნეებში ჩამოყალიბებული პოლარულობის საერთაშორისო რეჟიმი იცვლება.⁶¹ უკვე გაჩნდა ისეთი ცნებები, როგორებიცაა:

⁶⁰ ჰილი ნ., „როგორ მოვახდინოთ სასწაულები“, გამომცემლობა „გეო“, თბილისი, 2019, გვ. 94

⁶¹ **პოლარულობა** - განსაზღვრულ სისტემაში გარკვეული მნიშვნელოვანი აქტორების ქმედება, რომლებიც განსაზღვრავენ მის არსს და თვით ამ აქტორების წყობას, რომლის მიმართაც სხვა აქტორებს უწევთ გამოხმაურება (კოალიციების შექმნის ან მიუმხრობლობის დეკლარაციის გზით). პოლარობას გააჩნია რამდენიმე ნაირსახეობა: უნიპოლარობა - ერთი სუპერ-სახელმწიფოს სრული ჰეგემონობა, ბიპოლარულობა, ტრიპოლარობა და ა.შ.

„ასიმეტრიული საფრთხეები“⁶², „კიბერ ომი“⁶³, „ენერგოუსაფრთხოება“⁶⁴, „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების პრინციპი“, „პიროვნების უსაფრთხოება“, „ეთნიკური წმენდა“, „გლობალიზმი“⁶⁵ და ა.შ. გასაოცარია, რომ ამ ტერმინთა შორის არ გვხვდება “მედია უსაფრთხოება”, რადგან გლობალიზაციის პროცესში ინფორმაციის თვითნებური გადინება, მართვის შეფერხებული უზრუნველყოფა და სტრატეგიის უქონლობა ყველა სხვა პროცესის უსაფრთხოებას ეჭვქვეშ აყენებს. თუმცა არსებობს ტერმინი “საინფორმაციო უსაფრთხოება”,⁶⁶ რომელიც უფრო ტექნოლოგიურ განვითარებაზეა მორგებული და მექანიკურ დონეზე დოკუმენტაციის დაცვას და მართვას უზრუნველყოფს. ის არ შედის შინაარსში და არ ეცნობა კონტენტს. სადოქტორო თემის ფარგლებში წარმოგიდგინებ ტერმინს და მისი განმარტებით ჩემეულ ხედვას. მედია უსაფრთხოება/ანდა კომუნიკაციის უსაფრთხოება - გავრცელებული ინფორმაციის ტემპი და დაფარვის შეუქცევადი საფრთხე შესაძლოა გახდეს ისეთი მასშტაბის საფრთხე, რომლის მართვაც პრევენციის გარეშე წარმოადგენს ეროვნული დონის საფრთხეს/გამოწვევას.

ფაქტობრივად, თვისობრივად იცვლება ის საერთაშორისო ურთიერთობების გარემო, სადაც მოქმედებს საქართველო. რაც შეეხება საერთაშორისო უსაფრთხოებას, ისიც წარმოადგენს მრავალდარგობრივ და ინტერდისციპლინარულ მიმდინარეობას, რომელიც თავის თავში აერთიანებს ისეთ სამეცნიერო დარგებს, როგორებიცაა - გეოპოლიტიკა,⁶⁷ სამხედრო მეცნიერება, სტრატეგიული კვლევები, გეოეკონომიკა, ენერგეტიკული უსაფრთხოება, კონფლიქტოლოგია, პოლიტოლოგია და ა.შ. საერთაშორისო უსაფრთხოების

⁶² მასაია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2020, გვ. 264

⁶³ მაღრაძე გ., მასაია ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ.94

⁶⁴ მაღრაძე გ., მასაია ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ.94

⁶⁵ Robertson. R., <https://publishing.cdlib.org> [L.S. 08.20.2023]

⁶⁶ მაღრაძე გ., მასაია ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ.109

მიმართულებით კი განვითარდა და გამოჩნდა ისეთი ახალი ტერმინები, როგორებიცაა: ომი და მშვიდობა, ძალთა ბალანსის კონცეფცია, შეიარაღების რბოლა,⁶⁸ შეიარაღებაზე კონტროლი და განიარაღება, და ა.შ.

ტერმინ „უსაფრთხოებას“⁶⁹ აქვს რამდენიმე განსაზღვრება და რომელიმე ერთ ცალკეულ განსაზღვრებაზე რთულია ვკონცენტრირდეთ. თუმცა მათგან შესაძლებელია გამოიყოს ყველაზე მარტივი განსაზღვრება, რომელიც გულისხმობს, რომ „უსაფრთხოება არის რისკების, საფრთხეების, გამოწვევების და საშიშროებებისგან თავდაცვისუნარიანობა“. ⁷⁰

დღევანდელ საერთაშორისო პოლიტიკური ვითარებიდან გამომდინარე, უსაფრთხოების განზომილება გახდა მრავალფეროვანი და უფრო ფართო ცნება. გლობალიზაციის პირობებში წარმოჩინდა ისეთი მნიშვნელოვანი ელემენტები, როგორებიცაა: ადამიანის უფლებები, ეროვნული უმცირესობების უფლებები, ეროვნული ინტერესები, ტექნოგენური კატასტროფები, ასიმეტრიული საფრთხეები⁷¹ და ა.შ. ამ ფაქტორების გათვალისწინებით, შეიძლება გამოიყოს შემდეგი სახის უსაფრთხოების მოდელები, რომელიც გამოისახება შემდეგნაირად:

მთლიანად უსაფრთხოების საწყისს ელემენტს წარმოადგენს - პიროვნების უსაფრთხოება, რომელიც გახდა უკვე ცალკე წარმოადგენს გლობალური უსაფრთხოების შემადგენელი ნაწილს, ხოლო შემდეგ დონეზე მოდის სამოქალაქო უსაფრთხოება, რომელიც თავის მხრივ არის ეროვნული უსაფრთხოების სისტემის შემადგენელი ნაწილი, ხოლო შემდეგში, კი მოდის უშუალოდ - ეროვნული უსაფრთხოება.

⁶⁸ შეიარაღების რბოლა - შეიარაღებისა და შეიარაღებული ძალების ფაქტორების გაძლიერება ორი ან მეტი ქვეყნების მიერ, რომლებიც საფრთხეს უქმნიან ერთმანეთს იმ მიზნით, რომ ურთიერთკონკურენციის პირობებში მიაღწიონ მაქსიმალურ უპირატესობას ერთმანეთის მიმართ საკუთარი უსაფრთხოების განმტკიცებისთვის (მაგალითად, კლასიკური „ცივი ომის“ შემთხვევა).

⁶⁹ მალრადე გ., მაისაია ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ. 40

⁷⁰ მაისაია ვ., გუჩუა ა., იქვე გვ.176

⁷¹ მაისაია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, თბილისი, 2020, გვ.176

21-ე საუკუნის საერთაშორისო ურთიერთობებში გაიზარდა არა მარტო სახელმწიფოების, არასამთავრობო ორგანიზაციების, სახელმწიფოთაშორისი ორგანიზაციების, არა-სახელმწიფოებრივი გაერთიანებების და ბიზნეს სტრუქტურების როლი და ადგილი, არამედ პიროვნებების და განსაკუთრებით პოლიტიკური გავლენიანი, ინდივიდუალური ფიგურების, რომლებსაც შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ მსოფლიო პოლიტიკურ პროცესებზე. ამიტომაც, კიდევ უფრო მიიღო ამ ფენომენმა დიდი გამოხმაურება და გაძლიერდა ადამიანის, როგორც საერთაშორისო პოლიტიკის ღირებულებების აქტორის, უფლებები და უსაფრთხოების თემა. პიროვნების უსაფრთხოება - ადამიანის და ადამიანთა ჯგუფის მთავარი ღირებულებების და სიცოცხლისუნარიანობის დაცულობა ყველა იმ საფრთხეებისაგან, რომლებიც საერთაშორისო პოლიტიკის სისტემისთვის საშიშროებას ქმნიან და არასტაბილურ გარემოს აყალიბებენ. „ცივი ომის“⁷² დასრულების შემდეგ და ბიპოლარული სამყაროს გაქრობის ფონზე კიდევ უფრო მეტად გაიზარდა არა მხოლოდ სახელმწიფოების სუვერენიტეტის და არსებობის საკითხი, არამედ ადამიანის, როგორც სახელმწიფოს რიგითი მოქალაქის, უფლებების და ღირებულებების კანონმდებლობის დონეზე დაცვის მოთხოვნა. სწორედ, ადამიანის თავისუფლების, მისი სიცოცხლის, ასევე ღირებულებების დაცვა გახდა მთავარი ამოცანა, საერთაშორისო საზოგადოებისთვის.⁷³ ეთნიკური წმენდები,⁷⁴ ბოსნია-ჰერცეგოვინასა და ბურუნდიში, ასევე ეთნიკური სეპარატიზმი⁷⁵ საქართველოში - აფხაზეთსა და ცხინვალის რეგიონში, ჰუმანიტარული კრიზისი, ადამიანის ტრეფიკინგი და ეთნიკური ომები შეადგენენ გამოწვევებს, რომლებმაც ახალი განზომილება მიიღეს და შექმნეს გლობალური

⁷² მაღრაძე გ., მასიაა ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ. 94

⁷³ **საერთაშორისო საზოგადოება** - საერთაშორისო ურთიერთობების დონეზე მონაწილე ყველა სახის აქტორის ურთიერთქმედება და მათი კულტურების კონტაქტი, მათი თანაარსებობა და სინთეზი, რომელიც აყალიბებს ერთგვარი წესრიგის პირობებს.

⁷⁴ **ეთნიკური წმენდა/ეთნიკური გენოციდი** - ადამიანთა ფიზიკური განადგურება ეთნიკური ნიშნის მიხედვით.

⁷⁵ **ეთნიკური სეპარატიზმი** - შეიარაღებული დაპირისპირების ფორმა, როდესაც ერთი ეთნიკური ჯგუფი მობილიზებულია საომარი მოქმედებისთვის მეორე მხარის წინააღმდეგ ერთიანი ერი-ქვეყნის ფარგლებში.

უსაფრთხოების პირობები. პიროვნული უსაფრთხოების განმსაზღვრელი და ადამიანის უფლებების დაცვის დოკუმენტები მოიცავენ შემდეგ საკითხებს:

ადამიანის უფლებათა დაცვის უნივერსალური დეკლარაცია - გაეროს გენერალურ ასამბლეაზე 1948 წელს მიიღეს. აღნიშნული დოკუმენტი იყო პირველი საერთაშორისო აქტი მეორე მსოფლიო ომის პერიოდში ჩადენილი დანაშაულების საპასუხოდ და ადამიანის უფლებების საერთაშორისო დონეზე დაცვის ერთგვარი მცდელობა.

დოკუმენტი სახელწოდებით, „გენოციდის დროს ჩადენილი დანაშაულების პრევენციისა და დასჯის კონვენცია“ მიიღეს 1948 წელს. კონვენციის მიხედვით, ჩამოყალიბდა განსაზღვრება, თუ რას წარმოადგენს სიტყვა გენოციდი.⁷⁶ ამჟამად, უკვე მოცემული დოკუმენტი 145 ქვეყანას აქვს რატიფიცირებული (დამტკიცებული);

1949 წელს შემუშავდა და დამტკიცდა ჟენევის კონვენცია. ის ოთხ ძირითად მომენტს მოიცავს: შეიარაღებული ძალების მოქმედებებს ხმელეთსა და ზღვაზე, ომის ტუსაღების და სამოქალაქო პირების უფლებებს. დოკუმენტი განსაზღვრავს კონფლიქტის დროს ადამიანების უფლებების დაცვას.

ქალების და ბავშვების უფლებების დაცვის კონვენცია საომარი მოქმედებების და საგანგებო სიტუაციების დროს - დამტკიცდა გაეროს გენერალური ასამბლეის მიერ 1974 წელს, მისი შექმნის აუცილებლობა კონფლიქტებში ქალთა და ბავშვთა უფლებების დარღვევების გამოვლენის შემდეგ გაჩნდა. დეკლარაცია მოუწოდებს სახელმწიფოებს შეაჩერონ ნებისმიერი სახის დანაშაული, ძალადობა და კრიმინალური ქმედება, რომელიც მოწყვლადი ადამიანების მიმართ განხორციელდა.

დღევანდელ ურთიერთდამოკიდებულ ეპოქაში, როდესაც სახელმწიფოები მხოლოდ არ წარმოადგენენ აქტიურ მოთამაშეებს და აქტორებს საერთაშორისო

⁷⁶ გენოციდი (ლათინური cedeo - ვკლავ, genos - ერს) - ერის ან ეთნოსის მასობრივი განადგურება.

ურთიერთობებში გაიზარდა და გაფართოვდა „ეროვნული უსაფრთხოების“⁷⁷ ცნება. ეროვნული უსაფრთხოება მხოლოდ სამხედრო შესაძლებლობათა უზრუნველყოფასა და მათ გამოყენებას როდი ნიშნავს. დღეისთვის, ყალიბდება ეროვნული უსაფრთხოების უფრო ფართო, კომპლექსური გაგება, რომელიც სამხედრო კომპონენტებთან ერთად, მოიცავს ეკონომიკურ, დიპლომატიურ, სოციალურ და ეკოლოგიურ კომპონენტებს. უსაფრთხოება უშუალოდ დაკავშირებულია ფასეულობებთან, მაგრამ ის თავად არ წარმოადგენს ფასეულობას. სახელმწიფოსათვის იქმნება წინაპირობა, რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება ფასეულობათა შენარჩუნება. მამასადაამე, ეროვნული უსაფრთხოების პოლიტიკა არის მთავრობის პოლიტიკის ის ნაწილი, რომლის მიზანია ეროვნულ ფასეულობათა დაცვისა და შენარჩუნებისთვის სახელმწიფო და საერთაშორისო დონეებზე ისეთი პოლიტიკური პირობების შექმნა, რომლებიც არსებული და პოტენციური მეტოქეების წინააღმდეგ იქნება მიმართული)⁷⁸. ეროვნული უსაფრთხოების პოლიტიკის მიზანია, ერისა და სახელმწიფოს ფასეულობათა დაცვა და შენარჩუნება. ყველაზე უმთავრესი ფასეულობა, ამ შემთხვევაში, არის გადარჩენა. მხოლოდ ფიზიკური გადარჩენა საკმარისი არ არის - საზოგადოებას ესაჭიროება თავისუფლება, კულტურა და სხვა ფასეულობები, რომლებიც დაცვასა და შენარჩუნებას მოითხოვენ. იმის განსაზღვრა, თუ რას მოიცავს ეროვნული უსაფრთხოების სფერო, პოლიტიკური საკითხია და მასში ერთდროულად საშინაო და საგარეო პოლიტიკა, მათი შეჯერებაც იგულისხმება და მოიცავს ერთდროულად საშინაო და საგარეო პოლიტიკის ელემენტებს. ეროვნული უსაფრთხოების პოლიტიკას სამი განზომილება აქვს: დიპლომატიური, ეკონომიკური და სამხედრო. პოლიტიკური ურთიერთობები, ეკონომიკური პოლიტიკა, რესურსების განაწილება და საერთაშორისო არეალის კომუნიკაცია დიპლომატიური პოლიტიკის ნაწილია. სამხედრო პოლიტიკა კი არის ყველაფერი ის, რაც შეეხება შეიარაღებულ ძალებს და სამხედრო ძალის გამოყენებას.

⁷⁷ მაღრაძე გ., მაისაია ვ., „პიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ.70-73

⁷⁸ რონდელი ა., „საერთაშორისო ურთიერთობები“, თბილისის დამოუკიდებელი უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1996, გვ.123-125.

„ეროვნული უსაფრთხოების“ განსაზღვრების თანახმად ის გახლავთ: სახელმწიფოს მიერ თავდაცვისა და უსაფრთხოების საკითხებში სახელმწიფოს მიერ მიღებული (ან მისაღები) ზომების სხვადასხვა დონის სისტემა, რომელიც საფრთხეების განეიტრალებისა და პიროვნების, საზოგადოების, ეკონომიკის და სახელმწიფო ინსტიტუტების მდგრადი განვითარებისაკენაა მიმართული, რომელსაც გააჩნია საგარეო და შიდა მიმართულებები⁷⁹.

„ხანგრძლივი პერიოდის რეალიზმის სკოლის დომინანტობის პირობებში (დაახლოებით 1930-1970 წლები), უსაფრთხოების სამუშაო დეფინიცია მკვეთრად ლიმიტირებული იყო და შემოიფარგლებოდა მხოლოდ სამხედრო ძალის და გეოსტრატეგიული კვლევების ფორმატით. რა თქმა უნდა, „ცივი ომის“ პერიოდში დომინანტ აქტორებად ითვლებოდნენ ერი-სახელმწიფოები (nation-states), ამიტომაც უსაფრთხოების ალგორითმი დაუკავშირდა პოლიტიკურ ტერმინ „ეროვნულ უსაფრთხოებას“⁸⁰.

ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია არის დოკუმენტი (ზოგჯერ გამოიყენება ტერმინი „სტრატეგია“), რომელშიც მოცემულია ის საპროგრამო თეზისები, რომელთა ცხოვრებაში გატარება, ე.ი. მათი სხვადასხვა სფეროში პროგრამად ქცევა, უზრუნველყოფს სახელმწიფოს უსაფრთხო არსებობასა და სტაბილურ გარემოში განვითარებას⁸¹. მას გააჩნია ლოკალური დონე, რადგანაც მის ჩამოყალიბებაში მონაწილეობას იღებს ქვეყნის პოლიტიკური ლიდერშიფი და ზოგიერთ სახელმწიფოში, ამ დოკუმენტს ქვეყნის უმაღლესი საკანონმდებლო ორგანო - პარლამენტი ამტკიცებს და ზოგიერთში კი ქვეყნის უმაღლესი პოლიტიკური ხელმძღვანელი - პრეზიდენტი ან პრემიერ-მინისტრი. თუმცაღა მას გააჩნია კონკრეტული სახის დეფინიცია, რომელიც ავტორების მიერ არის შემოთავაზებული. ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია - ქვეყნის პრიორიტეტული მიმართულებების, კომპლექსთა დონისძიებების და საშუალებათა განსაზღვრა და შემუშავება საგარეო და საშინაო საფრთხეების აღკვეთის მიზნით -

⁷⁹ მალრაძე გ., მასიაია ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ.70-73

⁸⁰ Sheehan M., „International Security: An Analytical Survey“, Lynne Rienner Publication, USA, 2005, P. 5

⁸¹ იქვე, გვ. 109

სხვა ქვეყნებთან ომი ან სამოქალაქო ომი. ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია შემუშავებას დიდი მნიშვნელობა გააჩნია აქტორის საგარეო-პოლიტიკური ორიენტაციის და მისი გეოპოლიტიკური როლის და მისი განსაზღვრაში ნებისმიერ დონეზე, რომელსაც ზოგიერთ შემთხვევაში შეიძლება ჰქონდეს კონსტიტუციური რანგის დებულების შინაარსიც კი, თუნდაც დე-ფაქტოდ. ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფციის შემუშავებას სჭირდება საერთო ეროვნული კონსენსუსი⁸².

„საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფციის“, რომელიც 2005 წელს საქართველოს პარლამენტმა მიიღო და დამტკიცდა საქართველოს პრეზიდენტის მიერ, ეროვნული უსაფრთხოების პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებები გამოიკვეთა. ესენია:

საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიების დეოკუპაცია და რუსეთის ფედერაციასთან ურთიერთობა; სახელმწიფო ინსტიტუტების განვითარება და დემოკრატიის განმტკიცება; ჩართულობის პოლიტიკის განხორციელება; საქართველოს თავდაცვისა და უსაფრთხოების სისტემის განვითარება; ჩრდილოატლანტიკურ ხელშეკრულების ორგანიზაციაში გაწევრიანება და ევროკავშირში ინტეგრაცია; თანამშრომლობა სამხრეთ კავკასიაში; საგარეო კავშირების განმტკიცება; საერთაშორისო ტერორიზმისა და ტრანსნაციონალური ორგანიზებული დანაშაულის წინააღმდეგ ბრძოლა; ეკონომიკური უსაფრთხოების პოლიტიკა; ენერგეტიკული უსაფრთხოების პოლიტიკა; განათლების პოლიტიკა; სოციალური უსაფრთხოებისა და ჯანმრთელობის დაცვის პოლიტიკა; კიბერუსაფრთხოების პოლიტიკა; ეკოლოგიური უსაფრთხოების პოლიტიკა; კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა; დემოგრაფიული პოლიტიკა; სამოქალაქო ინტეგრაციის პოლიტიკა; დიასპორებთან ურთიერთობის პოლიტიკა (საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია).

⁸² საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია, იხ., <<https://mod.gov.ge/uploads/2018/pdf/NSC-GEO.pdf>> [ზ.წ 01.03.2023].

I.III პოლიტიკური პიარი და მისი გავლენა ქვეყნის უსაფრთხოებაზე

„ადამიანი პოლიტიკური ცხოველია“, - ამბობდა ძველი ბერძენი ფილოსოფოსი არისტოტელე და ამ ფრაზით აერთიანებდა საზოგადოებას და პოლიტიკას. მეორე მხრივ, პოლიტიკური პიარი, როგორც მედიატორი „ადამიანსა“ და „პოლიტიკას“ შორის ქმნის პროდუქტს ეგრეთწოდებული „პოლიტიკური ცხოველის“ სახით. ეს ის შემთხვევაა, როცა ვსაუბრობთ პოლიტიკური ფიგურის პიარზე, ხოლო როცა პოლიტიკური პროცესების აქტორი ხდება პოლიტიკური პიარი. ის მასებში გავრცელების ველს ქმნის. „ველის თეორიის თანახმად“, რომელიც კურტ ლევინს ეკუთვნის, აქტივობის პროცესს ორი ფაქტორით ახასიათებს: შიდა დაძაბულობის სისტემა და ფსიქოლოგიური გარემო. ამასთან, ხაზს უსვამს, რომ ეს ორი ფაქტორი, მხოლოდ ურთიერთზემოქმედების შედეგად იწვევს ქცევას. ისინი ქცევის დერმინაციის პროცესში გარკვეულ ერთიანობას ქმნიან, რასაც ლევინი ფსიქოლოგიურ ველს და ინდივიდის სასიცოცხლო სივრცეს უწოდებს. პოლიტიკური პიარის ჭრილში ერთმა და იმავე მოვლენამ შესაძლოა ურთიერთგამომრიცხავი ინტერპრეტაცია გამოიწვიოს, მაგალითად როგორც „ამერიკანიზაცია“, როგორც უარყოფითი კონოტაციით შეფასება, ხოლო მეორე მხრივ, როგორც წარმატებული, ტექნოლოგიურად მდგრადი და პროგრესული. PR-ს შეუძლია მის მიერ პოზიტიურად აღქმული საკითხების ტირაჟირებას შეუწყოს ხელი, ხოლო ნეგატიური შეფასება შეაფერხოს. ნეგატიური ინფორმაციის მართვის პროცესში პიარს შეუძლია იმოქმედოს აქტიურად, ასევე რეაქტიულად, ეს ფაქტობრივად კომუნიკაციის მენეჯმენტს წარმოადგენს.⁸³

თანამედროვე პირობებში, როდესაც მიმდინარეობს ახალი ტენდენცია გლობალურ პოლიტიკაში, განსაკუთრებით ყალიბდება ახალი სახის გლობალური სოციუმი ე.წ. „უსაფრთხოების თანამეგობრობის“ (Security Community) სახით. ასეთ თანამეგობრობის ფარგლებში უკვე ჩნდება და მოქმედებს ახალი ტიპის გეოპოლიტიკური აქტორები, რომლებსაც ეწოდება არასახელმწიფოებრივი აქტორები, რომლის წიაღშიც ვითარდება სპეციალური ტიპის კლასტერული სუბ-

⁸³ Jarren O., Donges P., *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, USA, 2002, p.p.169–195

აქტორებიც - იგივე თუნდაც, მულტიმედია კორპორაციული სტრუქტურების სახით. ამიტომაც კვლევის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საკითხი იქნება შევისწავლოთ რა როლი აქვს ასეთი სახის აქტორებს გლობალურ პროცესებში.

„შავი პიარი და ფეიკ ნიუსი სერიოზულ საფრთხეებს ქმნის, ნებისმიერი არჩევნების, გარდამტეხი პროცესების, გამოსვლებისა და მანიფესტაციების დროს. ამდენად, საინტერესო საკვლევაია რა მნიშვნელობის მატარებელია ეს პროცესი საქართველოს მაგალითზე, რა ცვლილებები და კორექტირება შეაქვს დღევანდელ პოლიტიკურ რეალობაში პიარს, რამდენად მონაწილეობს აზრის ფორმირებასა და ზოგ შემთხვევაში, რეალური სურათის შებღალვაში.

მნიშვნელოვანია, განვიხილოთ ფეიკ ნიუსი, როგორც პიარის ინსტრუმენტი, მედია სივრციდან და ზეპირმეტყველებიდან გადმოსული სინამდვილის დამახინჯებული ფორმირება და სიცრუის ტირაჟირება. ცრუ ინფორმაციასთან გასამკლავებლად კონკრეტული ფაქტორების გათვალისწინებაა ნიშანდობლივი:

პოლიტიკური პროცესის დიაგნოსტიკა, მისი პრობლემატური ასპექტების გამოვლენა და მათი გადაწყვეტილების გზების გამონახვა, „ფეიკ ნიუსის“, როგორც ფარული საფრთხის, გამოწვევის დროული დანახვა და მომენტალური რეაქცია.

პიარ საქმიანობის ფსიქოლოგიური კომპონენტების წარმოჩენა პოლიტიკურ სფეროში

პოლიტიკოსის კრიზისულ ვითარებაში მოქმედების სტრატეგიის არსებობა მჭიდროდაა დაკავშირებული „პოლიტიკური კონსალტინგის“⁸⁴ და პოლიტიკური ტექნოლოგიების დაგეგმარების პროცესთან. ასევე, არანაკლებ მნიშვნელოვანია საჯარო გამომსვლელის, განსაკუთრებით კი პოლიტიკურად აქტიური ფიგურის პოლიტიკური გამომსვლელების, სასაუბრო ტექსტების, მათი გავრცელების არხების და ტირაჟირების გზები, რეპუტაციული საფრთხეები პიროვნულ დონეზე

⁸⁴ Political Consultant, ob., <<https://www.lawinsider.com/dictionary/political-consultant>> [L.S 07.05.2023].

და მისი ფსიქიკური მდგრადობა, რადგან საარჩევნო პროცესი მოითხოვს გამძლეობას და მათ შორის ფიზიკურ მომზადებასაც.⁸⁵

„თანამედროვე ეპოქაში, საერთაშორისო პოლიტიკის აქტორების მიერ განხორციელებული ახალი სტრატეგიული მიმართულებები - უსაფრთხოებისა და თავდაცვის პოლიტიკა და მისი განხორციელების მიდგომები უშუალოდ ახდენენ გავლენას კრიზისული სიტუაციების განვითარებაზე და გლობალურ გეოპოლიტიკურ სივრცეზე. სწორედ თანამედროვე სახელმწიფოები კრიზისების პრევენციის საწარმოებლად იყენებენ ე.წ „რბილი ძალის“⁸⁶ ინსტრუმენტებს ანუ სხვებზე გავლენას ახორციელებენ ძალდატანების გარეშე, საშუაშაგლო საქმიანობებს და პოლიტიკურ დიპლომატიას. იქიდან გამომდინარე რომ ეს სახელმწიფოები და ასევე საერთაშორისო ორგანიზაციები აღარ წარმოადგენენ სამხედრო ორგანიზაციებს და ისინი ძირითადად ფოკუსირებულნი არიან კრიზისების მართვაზე და არა პრაგმატულ ძალისმიერ თავდაცვაზე, ამიტომაც მათი მთავარი მიზანი არა ომების მართვა, არამედ მშვიდობის განმტკიცება. მაგრამ, რა თქმა უნდა, ცხადია, რომ არსებული გამოწვევების წინააღმდეგ დღევანდელ მსოფლიოში არ არის საკმარისი მხოლოდ დიპლომატიური საქმიანობა.

პოლიტიკური კომუნიკაცია და პოლიტიკური პიარი წარმოადგენს თანამედროვე საერთაშორისო პოლიტიკის ნებისმიერი აქტორის მთავარ საშუალებას განახორციელონ საკუთარი ინტერესები და აღნიშნული ფაქტორი დიდ როლს თამაშობს 21-ე საუკუნის მსოფლიო პოლიტიკაში, ქვეყნის შიგნით, სახელმწიფო ინსტიტუტების განვითარებასა და ისეთი გარემოს შექმნაში, რომელიც საშუალებას აძლევს ქვეყანას სწრაფად და სტაბილურად განავითაროს საკუთარი ეროვნული ინტერესები. ამიტომაც პოლიტიკური პიარი, მიმდინარე გლობალიზაციის პირობებში, უკვე გადაიქცა სახელმწიფოებისთვის ერთგვარ მომგებიან გეოპოლიტიკურ ინსტრუმენტად, რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება

⁸⁶ Thomson S., Soft Power: Why it Matters to Governments, People and Brands, 2020, ობ., <<https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters> >[L.S 09.01.2023].

მათ წინაშე არსებული ახალი სახის გამოწვევებთან გამკლავება, მაგალითად, თუნდაც, კიბერსივრცესა და სოციალური ქსელებში. აღნიშნული გარემოება ძალიან კარგად აისახა საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე და დღესაც ასრულებს ერთ-ერთ საკვანძო გარემოებას რეგიონული უსაფრთხოების განმტკიცების საქმეშიც.

გლობალურ პოლიტიკაში, ნამდვილად დასტურდება იმ ახალი გეოპოლიტიკური ტექნოლოგიების გამოყენებით, რომლებსაც ამ ეტაპზე იყენებენ გლობალური, რეგიონული და ეროვნული აქტორები - მხედველობაშია ე.წ. „რბილი ძალის“ კონცეფცია, რომლის მიხედვითაც გავითვალისწინეთ პოლიტიკური კომუნიკაციური მეთოდოლოგიის ადაპტირება ეროვნული უსაფრთხოების სტრატეგიასთან და მათი ერთგვარი კომპილაცია კარგად წარმოაჩენს, თუ როგორ მიმდინარეობს საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომები და ხორციელდება მათი მეშვეობით კონკრეტული სახის ეროვნული ინტერესების რეალიზაცია, მათ შორის სასიცოცხლო და მნიშვნელოვანი. მიმდინარე მსოფლიო წესრიგის პირობებში, სახელმწიფოების განვითარება დამოკიდებულია მათ შესაძლებლობებზე, თუ როგორ დააკმაყოფილებს სხვადასხვა საჭიროებებს. მათ შორის კომუნიკაციური ტექნოლოგიებით გაუმკლავდეს შიდა და გარე უსაფრთხოების გამოწვევებს დროს და გარემოებების შესაბამისად. ასეთი სახის გამოწვევები, თავისი ისტორიის მანძილზე, თანამედროვე სახელმწიფოებს ყოველთვის ჰქონდათ და კიდევაც ექნებათ სავარაუდოდ მომავალშიც, ისინი შეძლებენ ამ გამოწვევების გამკლავებას გამოცდილი ტექნოლოგიების გამოყენების საშუალებით.“⁸⁷

განვიხილოთ შესაძლო სცენარები და მოლოდინები, ხელსაწყოები და პროცესები, გეგმები და მათი აქტორები. სოციალური ქსელების როლი დღევანდელი პოლიტიკური პროცესების ასპექტში, მათ შორის მედიის, ვებ გვერდების, რადიოს და ყველა საკომუნიკაციო არხის, რომელიც ჩართულია პიარის სტრატეგიის ფარგლებში. მცდარი ინფორმაციით მიყენებული დარტყმები და „რბილი ძალის“ როლის წარმოჩენა პოლიტიკურ პიარში, დამაბულობის ხელოვნური შექმნა და

მანიპულაციები მასობრივი აზრის ფორმირებაში. ფეიკ ნიუსი არის რბილი ძალის ერთ-ერთი ტექნოლოგია და შესაძლებელია მისი გამოყენება, მათ შორის ქვეყნებს შორის პიარული მანიპულაციების პროცესებში. ტერმინოლოგიაში მისი ჩარჩო არ იფარგლება მხოლოდ ნიუსების მედიაფორმის დუბლირებით, ის ცდება ამ ჩარჩოს და ხშირად შინაარსით ტყუილია, თუმცა ფორმით ნიუსს სულაც არ წარმოადგენს. ეს გარკვეულ დისკომფორტს ქმნის, ამიტომ აკადემიურმა და ოფიციალურმა წრეებმა ზოგ შემთხვევაში ამ ტერმინის შეზღუდვაც კი გადაწყვიტეს. მას შემდეგ, რაც პრეზიდენტმა ტრამპმა გამოიყენა ეს ტერმინი ოფიციალური გამოსვლისას განსაკუთრებით გააქტიურდა ამ სიტყვის ხმარება პოლიტიკურ სივრცეში და შემდეგ შემოვიდა აკადემიურ მეტყველებაშიც, თუმცა ტერმინი გარკვეულ დისკომფორტს იწვევს იმიტომ რომ სიცრუის ტირაჟირების ფორმები არ შემოიფარგლება უახლესი ინფორმაციის ფორმატით, ტექნოლოგიურად უფრო მრავალფეროვანია და ამიტომ არსებობს ამ თემის აქტიური კრიტიკა, როგორც აკადემიურ, ასევე პოლიტიკური ფიგურების მხრიდან.⁸⁸

ფეიკ ნიუსის რამდენიმე სახე არსებობს, მათ შორის:

“სიმართლე – განცხადება არის ზუსტი და მას მნიშვნელოვანი ინფორმაცია არ აკლია.

მეტწილად სიმართლე – განცხადება ზუსტია, მაგრამ საჭიროებს განმარტებას ან დამატებით ინფორმაციას. ნახევრად სიმართლე – განცხადება ნაწილობრივ ზუსტია, მაგრამ გამოტოვებულია მნიშვნელოვანი დეტალები ან საკითხები კონტექსტიდან ამოგლეჯილად არის მოწოდებული.

მეტწილად მცდარი – განცხადება სიმართლის გარკვეულ ელემენტებს ეფუძნება, მაგრამ უგულებელყოფს არსებით ფაქტებს, რომელთა გადმოცემის შემთხვევაში მოვლენა განსხვავებულად აღიქმებოდა.

ყალბი – განცხადება ზუსტი არ არის.

⁸⁸ Wardle C., <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html> 2017, [L.S 08.20.2023]

აშკარა ტყუილი – განცხადება არ არის ზუსტი და სრულიად აბსურდულია. ”⁸⁹

კვლევის ძირითად ამოცანას წარმოადგენს წარმოაჩინოს თანამედროვე პოლიტიკური პიარის და ტექნოლოგიების როლი და ადგილი ეროვნული უსაფრთხოების პროცესების დაგეგმვაში. ამასთანავე, შევხებით რა გავლენა შეიძლება იქონიოს საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების სისტემაზე ფეიკ ნიუსმა. შეიძლება თუ არა საქართველოს საგარეო-პოლიტიკურ კურსზე გავლენა იქონიოს საინფორმაციო ომმა, რომელსაც აწარმოებს აგრესიული მეზობელი ქვეყანა.

„რბილი ძალის“ განხილვისას ძირითად წყაროდ ამერიკელი პოლიტოლოგის ჯოზეფ ნაის კვლევებს გამოვიყენებ, რადგან სწორედ იგი გვთავაზობს ძალისა და რბილი ძალის მეცნიერულ ანალიზს და ტერმინის „რბილი ძალა“ დამფუძნებელ მამად გვევლინება. საინტერესოა მისი აზრი საერთაშორისო პოლიტიკის სფეროში ძალის მნიშვნელობის შესახებ. მისი სიტყვებით, ძალა ამინდს ჰგავს, რადგან ყველა საუბრობს მასზე, მაგრამ მხოლოდ რამდენიმე იგებს მას და როგორც ფერმერები და მეტეოროლოგები ცდილობენ შტორმის პროგნოზირებას, ასევე ცდილობენ სახელმწიფო მოხელეები და ანალიტიკოსები სახელმწიფოთა შორის ძალის გადანაწილების საკითხში ძირითადი ცვლილებების დინამიკის გაგებას (Nye 1990, 25). ფართო განსაზღვრებით, ჯოზეფ ნაის მიხედვით, ძალა ნიშნავს სასურველი შედეგების მიღწევის შესაძლებლობას და ჰგავს სიყვარულს, რადგან მისი განცდა უფრო ადვილია, ვიდრე გაზომვა (Nye 2004, 1). ძალის შედარებით ვიწრო განსაზღვრებით, რომელიც მეცნიერმა შემოგვთავაზა, (ძალის განმახორციელებელი ქვეყნისთვის, საზოგადოებისთვის) სასურველი შედეგის მისაღწევად სხვების (ქვეყნების, საზოგადოებების, სამიზნე ჯგუფების – ავტ.) ქცევის შეცვლის უნარსა და ცოდნას გულისხმობს, რომელიც სამი გზით – იძულებით, გადასახადებითა და მიმზიდველობით – შეიძლება განხორციელდეს (Nye 2004). ძალის განმარტების ისტორიული ფესვები ალბათ ჯერ კიდევ ძველ ბერძენ ისტორიკოსთან

⁸⁹ ირეტონი შ., პოპეტი ჯ., „გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO) სერიიდან ჟურნალისტური განათლების შესახებ“, თბილისი, 2021, გვ.1-114

თუკიდდესთან უნდა ვეძებოთ, რომელიც მიუთითებდა ძალისა და სიძლიერის შესახებ, როდესაც აღნიშნავდა, რომ ძლიერები აკეთებენ იმას, რისი გაკეთების საშუალებასაც მათ ხელთ არსებული ძალა აძლევს (Thucydides 1972, 402). ძალის განმარტებასთან დაკავშირებით საყურადღებოა ჰანს მორგენტაუს (Hans Morgenthau) იდეები ძალისა და ძალის პოლიტიკის შესახებ. მორგენტაუ, რომლის აზრითაც საერთაშორისო სისტემა ძალისათვის ბრძოლას წარმოადგენს, მიუთითებს, რომ სახელმწიფო მოხელეები ფიქრობენ და მოქმედებენ ძალის მიერ განსაზღვრული ინტერესებით (Morgenthau 1948, 5). ბევრი მეცნიერი კი, მათ შორის, სამუელ ჰანტინგტონი (Samuel Huntington) განსაკუთრებულ ყურადღებას ძალისა და უსაფრთხოების დაცვაზე ამახვილებს. მაგალითად, იგი აღნიშნავს, რომ ძალა განმახორციელებელს საკუთარი ინტერესების გამომხატველი გარემოს შექმნის, სახელმწიფოს კი საკუთარი უსაფრთხოების დაცვისა და ამ გზით საფრთხეების განადგურების შესაძლებლობას აძლევს (Huntington 1993, 69-70). ნაი ერთმანეთისგან მიჯნავს ძალის ორ სახეს, ხისტსა (Hard) და რბილს (Soft). ხისტ ძალას იგი აგრეთვე „ბრძანებით, დირექტიულ ძალას“ (Command Power), რბილ ძალას კი „კოოპერაციულ“, „არჩევით ძალას“ (Co-optive Power) უწოდებს (Nye 1990, 31). საერთაშორისო პოლიტიკაში არსებობს ტერმინი „გონიერი ძალა“ (Smart Power), რომლის შემოღებაც ასევე ნაის სახელს უკავშირდება. ნაის მიხედვით, გონიერი ძალა ხისტი და რბილი ძალის კომბინირების უკეთესად შესწავლას გულისხმობს (Nye 2004, 32). მისივე სიტყვებით, ეფექტური ლიდერობა გონიერ ძალას, რბილი და ხისტი ძალის უნარების ნაზავს მოითხოვს (Nye 2008, xviii). ძალის დუალისტური სახე საშუალებას გვაძლევს იგი ორ – ხისტ და რბილ ასპექტად ჩამოვაყალიბოთ. ხისტი ძალა პრობლემის მოგვარებისას პოლიტიკური, სამხედრო და ეკონომიკური ბერკეტების გამოყენებას, „რბილი ძალა“ კი ერებს შორის არსებული პრობლემების აღმოფხვრას კულტურათა დიალოგის გზით გულისხმობს. ვფიქრობ, ხისტი და „რბილი ძალა“ ურთიერთდაკავშირებული, მაგრამ, ამასთან ერთად, დამოუკიდებელი ცნებებია. ურთიერთდაკავშირება გულისხმობს იმას, რომ როგორც ხისტი, ასევე „რბილი ძალა“ ერთსა და იმავე მიზანს ემსახურება. დამოუკიდებლობა კი ამ მიზნის მისაღწევად სხვადასხვა ღონისძიების გატარებაში

გამოიხატება. საერთაშორისო პოლიტიკის სფეროში დემოკრატიული ქვეყნები აქტიურად იყენებენ „რბილ ძალას“, რადგან პრაქტიკული განხორციელებისას პირდაპირ არ მოაქვს ნეგატიური შედეგები. მაგალითად, ხისტი ძალის გამოყენებისაგან განსხვავებით, მან არ შეიძლება გამოიწვიოს ადამიანური დანაკარგი. უფრო მეტიც, „რბილი ძალა“ ეხმარება ერთი ქვეყნის წარმომადგენლებს საკუთარი მიზნები და სურვილები სხვა ქვეყნის წარმომადგენლებისთვისაც სასურველი გახადოს. ამგვარ მიდგომას ჯოზეფ ნაი მსოფლიო პოლიტიკაში მიმზიდველობას უწოდებს, რაც, მისი სიტყვებით, ქვეყანას სხვა ქვეყნის მიერ საკუთარი ღირებულებების მოწონებით ისევ და ისევ საკუთარი მიზნების განხორციელებაში ეხმარება (Nye 2004, 5). საერთაშორისო პოლიტიკის სფეროში ნაი რბილი ძალის სამი რესურსის შესახებ საუბრობს. პირველი რესურსია ქვეყნის კულტურა, მეორე – პოლიტიკური ღირებულებები, ხოლო მესამე – საგარეო პოლიტიკა (Nye 2004, 11). უპირველეს ყოვლისა, აღსანიშნავია, რომ კულტურა რბილი ძალის წყარო ხდება მაშინ, როდესაც იგი უნივერსალურ ღირებულებებს შეიცავს. მეორე მხრივ, საყურადღებოა, რომ რბილი ძალის პოტენციურ რესურსს ქვეყნის საშინაო და საგარეო სამთავრობო პოლიტიკაც წარმოადგენს, რომელსაც როგორც გრძელვადიანი, ასევე მოკლევადიანი ეფექტები აქვს (Nye 2004, 13) და სახელმწიფოს რბილი ძალის გაძლიერება ან გაფლანგვა შეუძლია (Nye 2004, 14). რაც შეეხება საგარეო პოლიტიკას, როგორც რბილი ძალის წყაროს, ხაზგასასმელია ის გარემოება, რომ უცხოური საზოგადოებების სურვილებზე ძლიერ გავლენას, სახელმწიფოს მიერ საკუთარი ქვეყნის შიგნით და საერთაშორისო ინსტიტუტებში თანამშრომლობისას დაცული და საგარეო პოლიტიკაში წარმოჩენილი ღირებულებები ახდენს. უფრო მეტიც, მთავრობებს საკუთარი ქმედებებით, მაგალითებით, შეუძლიათ როგორც მიიზიდონ, ასევე ჩამოიშორონ, საკუთარი თავის მიმართ უარყოფითად განაწყონ უცხოური საზოგადოებები. სწორედ ამიტომ აღნიშნავს ნაი, რომ მთავრობის საშინაო და საგარეო პოლიტიკას სახელმწიფოს რბილი ძალის, როგორც გაძლიერება, ასევე დასუსტება შეუძლია (Nye 2002, 73). ამერიკელი მკვლევარი კრეიგ ჰაიდენი (Craig Hyden) მიუთითებს, რომ რბილი ძალის ფორმირებაზე გავლენას ახდენს ის ადგილობრივი დისკურსიული

ინსტიტუციები, რომლებიც საგარეო პოლიტიკის აზრს მართავს (Hayden 2012, 65). სამივე ფაქტორს დავუკვირდებით, დავინახავთ, რომ მათ დიდი როლი ეკისრებათ „რბილი ძალის“, მეშვეობით სასურველი შედეგის მიღწევაში. შესაბამისად, სახალხო დიპლომატიის წარმატებას განაპირობებს განმახორციელებელი ჯგუფის კომპეტენცია და სწორად განსაზღვრული სამიზნე ჯგუფი. თუმცა, ვფიქრობ, რომ მათგან ყველაზე მნიშვნელოვან როლს მაინც სამიზნე ჯგუფის საკითხი ასრულებს. აუცილებელია, რომ სახელმწიფომ კარგად განსაზღვროს სამიზნე ჯგუფი, ანუ, უცხოური საზოგადოების ის ნაწილი, რომლისკენაც რბილი ძალა სახალხო დიპლომატიის აქტივობებით მიემართება. სამიზნე ჯგუფის მკაფიოდ განსაზღვრა მთავრობებს სახალხო დიპლომატიის ღონისძიებების სათანადოდ დაგეგმვაში ეხმარება. თუ სახალხო დიპლომატიის ღონისძიებები სამიზნე ჯგუფებს კარგად მოერგება, სახალხო დიპლომატიის სამთავრობო სტრატეგიის წარმატება გარდაუვალი იქნება.

მსოფლიო პოლიტიკურ დონეზე პოლიტიკური პიარის და პოლიტიკური კომუნიკაციების როლის შესწავლა და კვლევა 21-ე საუკუნეში საერთაშორისო საზოგადოების ჩამოყალიბებისა და ახალი სახის მსოფლიო პოლიტიკური ურთიერთობების განვითარების მიზეზებსა და შედეგებზე;

„პოლიტიკური პიარის და პოლიტიკური ტექნოლოგიების მთავარი აქტორების - საერთაშორისო მედიაკორპორაციების, სახელმწიფო მედია-სტრუქტურების და სხვების განსაკუთრებით მრავალპროფილიანი წარმომავლობის, როლი და ადგილი მსოფლიო პოლიტიკური წესრიგის და გეოპოლიტიკურ პროცესებში და ამ პროცესებში მათი ჩართულობის კვლევა და პერსპექტივის განსაზღვრა“.⁹⁰

რაც შეეხება სიტყვას „პოლიტიკა“ პოლისიდან წარმოდგება (polis), რაც სიტყვა-სიტყვით ქალაქ-სახელმწიფოს ნიშნავს. ისტორიულად ანტიკური საბერძნეთი დამოუკიდებელ ნაწილებად, ანუ პოლიტებად იყოფოდა, მათ კი თავის მხრივ ინდივიდუალური მართვის სტილი გააჩნდათ. მათ შორის ყველაზე გავლენიანი

ათენი ყოფილა, რომელსაც დემოკრატიული მმართველობის აკვნადაც მოიხსენიებენ.

სიტყვა „პოლიტი“ საზოგადოების ორგანიზების ისეთი ფორმაა, რომელიც ხელისუფლების მიერ პოლიტიკური გავლენის გამოყენებას ეფუძნება. არისტოტელესთან „პოლიტია“ (πολιτεία) განმარტებულია როგორც „მრავალთა მმართველობა ყველას სასიკეთოდ“. ⁹¹

დევიდ ისტონის შრომაში კი პოლიტიკა განმარტებულია, როგორც „ღირებულებათა განკარგვა ხელისუფლების მიერ“. მისივე აზრით, პოლიტიკა სხვადასხვაგვარ ხერხებს გულისხმობს, რომელთა მეშვეობითაც მთავრობა ფართო მასების ზეწოლას პასუხობს - კერძოდ წახალისებით, დაჯილდოებით, თუ პირიქით დასჯის მეთოდით. ეს მიდგომა პოლიტიკის გაგებას უფრო უახლოებს ინგლისურ ცნებას „Policy“, რაც იმ გადაწყვეტილებათა ერთობლიობას ნიშნავს რითაც მთავრობა საზოგადოებას მართავს.

ეს მოსაზრება, ცალმხრივია და თითქოს იმაზე მიუთითებს რომ პოლიტიკა მხოლოდ კაბინეტური და ბიუროკრატიული სისტემაა, მასში ჩართული პირები კი მხოლოდ პოლიტიკოსები, ლობისტები და საჯარო მოხელეები არიან. PR კი თავის მხრივ ეხმიანება რ.ო.უ.დ.ს 1996 წლის გამოცემაში განმარტებულ მართვასა და მმართველობის ინსტიტუტს სადაც ხსნის ამ ორი მნიშვნელობის განსხვავებას. მართვა უფრო ფართო ცნებაა ვიდრე მმართველობა, რადგან შეიძლება არ იყო მმართველი მაგრამ მართავდე პროცესს. ამის დიდოსტატები პიარები არიან პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ პროცესებში. ბერძენი ფილოსოფოსი არისტოტელე ნაშრომში „პოლიტიკა“ ამტკიცებს რომ „ადამიანი პოლიტიკური ცხოველია“ და ღირსეული ცხოვრება მხოლოდ პოლიტიკურ საზოგადოებაშია შესაძლებელი. ამ თვალსაზრისით, პოლიტიკა „სამართლიანი საზოგადოების“ შექმნასთან დაკავშირებული ეთიკური ქმედებაა- ესაა დარგი, რომელსაც არისტოტელე მეცნიერებათა მეცნიერებას“ უწოდებს. ⁹²

⁹¹ ჰეიფუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ.16

⁹² იხ., იქვე, გვ.19

მესამე განსაზღვრების თანახმად, პოლიტიკა განიხილება, როგორც კონფლიქტების მოგვარების საუკეთესო გზა. ამ ნაწილში პიართან კონსენსუსშია პოლიტიკა, რადგან მედიაციის როლს ასრულებს ველსა და ინფორმაციას შორის, მაქსიმალურად ცდილობს სუბორდინაციულად და კონტაქტებით კომუნიკაციით შეძლოს ურთიერთობების დალაგება და კონფლიქტების ჩაქრობა.

ბერნარდ კრიკია თავის კლასიკურ კვლევაში „პოლიტიკის დასაცავად“ წერს „პოლიტიკაა, როდესაც წესების მოცემულ სისტემაში ინტერესთა კონფლიქტი თითოეული მხარისთვის იმ წვლილის პროპორციული ძალაუფლების გაცემით წყდება, რაც მას საზოგადოების კეთილდღეობის საქმეში შეაქვს“. ხშირ შემთხვევაში პოლიტიკა იმედგაცრუებას იწვევს ფართო მასებში მაგრამ ეს პროცესი არ არის ფინალური და მას აქვს განვითარების შანსი პოზიტიურ ასპექტში. სტოუკერის თქმით „პოლიტიკა იმედგაცრუებაზეა აწყობილი - ხშირად მისი შედეგები ბუნდოვანი და ორაზროვანია, მაგრამ საბოლოო არასოდეს.“⁹³

პოლიტიკის მეოთხე განსაზღვრება კი გვეუბნება, რომ პოლიტიკა იქნება ის საზოგადოებრივი, სახელმწიფო, თუ სახელისუფლებო ყველა „კუთხე-კუნჭულში“ აღწევს. ადრიან ლეფტვიჩი თავის ნაშრომში „რა არის პოლიტიკა - ანუ პოლიტიკის საქმიანობა და მისი კვლევა“ 94(What is politics? The Activity and Its Study, 1984) ამტკიცებს, რომ პოლიტიკა ნებისმიერ კოლექტიურ საქმიანობას უდევს საფუძვლად. ოფიციალურსა თუ არაფორმალურს, საზოგადოებრივსა, თუ კერძოს, ყოველ დაჯგუფებას, ინსტიტუტსა თუ გაერთიანებას“, რაც იმას ნიშნავს რომ პოლიტიკა ყველგან აღწევს, ყველა კარებს აღებს, ყველა სივრცეში მეთაურობს და განკარგავს. სახლში, ოჯახში, სამსახურში, სამეგობროში, სახელმწიფოში და ა.შ

თუ ადამიანი ისეთ რამეს აკეთებს, რასაც თავისი ნებაყოფლობითი სურვილით არ გააკეთებდა ეს უკვე ძალაუფლების გამოყენებაა. არ აქვს მნიშვნელობა ეს რა ფორმით და რა მეთოდით განხორციელდება. მაგალითად ძალაუფლება, როგორც გადაწყვეტილების მიღება. ⁹⁵ბლოკირების ტექნიკა ან არჩევანის კონტროლი.

⁹³ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ. 15

⁹⁴ იხ., იქვე, გვ.16

⁹⁵ უზნაძე დ., ზოგადი ფსიქოლოგია, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2018,

ძალაუფლების სამივე სახეობა აქვს პიარსაც თავის ინსტრუმენტებში, ესეც დიდ მსგავსება ავლენს ამ ორ სფეროს შორის, განსაკუთრებით მკვეთრია არჩევანის კონტროლის მექანიზმში, მესამე სახეობა სხვაზე ზემოქმედების მოხდენის უნარი ესაა იდეოლოგიური აზრებისა და ფსიქოლოგიური კონტროლის მეშვეობით გამოხატული ძალაუფლება. ის გარკვეულწილად „რბილ“ ძალაუფლებას ემთხვევა. მაგალითად, საზოგადოებას ვთავაზობთ რეკლამას და მისი საშუალებით მომხმარებელზე ვახდენთ გავლენას. ხშირად რომელიმე სახელის ზედაპირზე წამოწევით, მისი გააქტიურებით, ხშირი გამეორებით ვახდენთ აზრის ფორმირებას. პოლიტიკურ ცხოვრებაში ასეთი გავლენის მოხდენას პროპაგანდა ჰქვია უფრო ზოგადად კი ფსიქოლოგიური ზეგავლენა.

„არსებითად კი პოლიტიკა ძალაუფლებაა: ნებისმიერი ხერხის გამოყენებით სასურველი შედეგის მიღწევის უნარი... ადამიანების სურვილები და მოთხოვნილებები უსაზღვროა, ხოლო მათი დაკმაყოფილებისთვის საჭირო რესურსები - არასაკმარისი“.⁹⁶

აუდიტორიაზე მძაფრად მოქმედებს რაციონალური და ემოციური რეკლამა. რაციონალური რეკლამა არგუმენტირებულია, ის კლიენტს თავისი შემოთავაზების სარგებლიანობას უდასტურებს. ემოციური რეკლამა, კლიენტებზე ემოციებითა და გრძნობებით ზემოქმედებს, რითაც იწვევს გარკვეულ ასოციაციებს. სარეკლამო საქმიანობას ტერიტორიული მომცველობის მიხედვით შემდეგ სახეებად ყოფენ: საერთო ეროვნული რეკლამა, რომელიც სახელმწიფოს მასშტაბით ქვეყნდება; საერთაშორისო რეკლამა, რომელიც ქვეყნდება სხვადასხვა ქვეყნის ბაზრებზე; რეგიონული რეკლამა, რომელიც მოიცავს ქვეყნის განსაზღვრულ ნაწილს და ლოკალური რეკლამა, რომლის მასშტაბი განისაზღვრება გაყიდვის კონკრეტული ადგილიდან ცალკეული დასახლებული პუნქტის ტერიტორიამდე.⁹⁷

გვ. 80-123

⁹⁶ იხ., იქვე, გვ. 25

⁹⁷ ლომიძე მ., „საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები“, სალექციო კურსი, ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის დეპარტამენტი, თბილისი, 2021, გვ.17

პოლიტიკურ პიარში წამყვანი ინსტრუმენტი ნდობაა. თუკი არ არსებობს ობიექტსა (პოლიტიკოსს) და სუბიექტს (პიარს) შორის მაღალი ხარისხის ნდობა, შეუძლებელია წარმატებული კამპანია შედგეს. ენდრიუ ჰეივუდი შეგვახსენებს ეგრეთწოდებული „ტუსაღის დილემის“ მაგალითს სადაც ყველა შესაძლო ვარიანტს ხსნის და გვიჩვენებს თუ რამდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს ნდობას დადებითი შედეგის მისაღწევად. თუ 2 ტუსაღი გვერდიგვერდ კამერაში სხედან და იციან რომ ნდობის შემთხვევაში მხოლოდ მცირე ვადით ემუქრებათ თავისუფლების აღკვეთა, ერთმანეთის გაწირვის „ჩაშვების“ შემთხვევაში ექვს-ექვსი წელი ხოლო გადაბრალების შემთხვევაში რომელიმე მათგანს თორმეტი წელი შეხვდება. ისინი აღიარებაზე მიდიან იმის შიშით, რომ მეორემ არ დაადოს ხელი. შედეგად კი თითოეული დამსახურებულ ექვს წელს იღებს, იმის მაგივრად რომ ორთავემ დანაშაულის უარყოფის შემთხვევაში წლამდე პატიმრობა დაიმსახურონ. მაგრამ, როგორც ფროიდი ამბობს ეგებ ეს არის გამოსავალი “რათა არსებობის სიმძიმეს გავუძლოთ?”⁹⁸

პოლიტიკური პიარი პოლიტიკის როგორც მეცნიერების აღიარების სამ წინააღმდეგობას გადის. ესენია: მონაცემთა ბაზა - ადამიანი გამჭოლი საგანი არ არის რომ მასზე იმსჯელო როგორც უსულო საგანზე, ღირებულებათა არსებობა - ყველა სხეულს როგორც მოქმედებას აქვს თავის ღირებულება და ფასეულობა. პოლიტიკის მოდელები და თეორიები არ არიან დაცლილი მთლიანად ღირებულებებისგან. მესამე კი საზოგადოებრივ მეცნიერებებში სრული მიუკერძოებლობა - მითია, პოლიტიკურ პიარში მიუკერძოებლობა ვერ იარსებებს, რადგან ის გადაჯაჭვულია დამკვეთის ინტერესებზე ეს პიროვნება იქნება, თუ პარტია.

როგორც ჰენრი დევიდ თორომ მის ნაშრომში „სამოქალაქო დაუმორჩილებლობა“ (1849წ) აღნიშნა: „ყველაზე კარგი ის ხელისუფლებაა, რომელიც არ მართავს“⁹⁹ ამ ფრაზაზე დაყრდნობით თუ ვიმსჯელებთ ყველაზე მისაღები ის სოციუმია სადაც

⁹⁸ ფროიდი ზ., “სიამოვნების პრინციპს მიღმა ეგო და ID“, თბილისი, გამომცემლობა „აქტი“, 2021, გვ.56
⁹⁹ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008. გვ. 26

ისეთი სუბკულტურა რომელსაც არ სჭირდება მართვა იმდენად ორგანიზებულია, ყველაზე კარგი ის მთავრობაა რომელიც კოლაბორაციაშია საზოგადოებასთან, ხოლო რაც შეეხება პიარს ორივე შემთხვევაში საჭიროა თვითორგანიზებულ თუ შეთანხმებულ მმართველობაში არსებობდეს საკომუნიკაციო არხები, კი, შეიძლება კარგი პიარის შემთხვევაში პოლიტიკა არ იყოს აქტუალური, არამედ იყოს ყოფითი სასარგებლო მოვლენა ყველასთვის!

არისტოტელეს მიაჩნდა, რომ პოლიტიკაში მმართველობის ფორმები ორი კრიტერიუმით განირჩევა: „ვინ მართავს“ და „ვინ იგებს ამით“, ასევე დიდი მნიშვნელობის მატარებელია ეს ორი კომპონენტი პიარში. ვინ არის ლიდერი, ანუ „ვინ მართავს“ პროცესს, მისი იმიჯი, მისი განათლება, მისი მესიჯბოქსი, შეხვედრები, სხეულის ენა, გამოსვლის და წარდგენის ხარისხი, გემოვნება, ოჯახური მდგომარეობა და უამრავი თანმხლები კომპონენტი და „ვინ იგებს“ - ყოველ შეხვედრაზე, გამოსვლაზე, დებატებზე, ეთერებში. პიარში შედეგი ერთ დღეში არ დგება, ეს ხანგრძლივი და უწყვეტი რეჟიმია წარსულიდან მომავალში, სადაც ყველა ნაბიჯი, რისკი და შედეგი დათვლილი უნდა იყოს წინასწარ. ჯეიმს ალენის მოსაზრებით, არსებობს რვა ბურჯი რაც უნდა გააჩნდეს წარმატებულ ადამიანს და ლიდერს. ესენია:ენერჯია, მომჭირნეობა, პატიოსნება, მომართულობა, თანაგრძნობა, გულწრფელობა, მიუკერძოებლობა და საკუთარ თავში დარწმუნებულობა.¹⁰⁰

არისტოტელემ მმართველის სამი კატეგორია და ექვსი ფორმა გამოყო. ერთი კაცის მმართველობა: ტირანია, მონარქია უმცირესობის მმართველობა: ოლიგარქია, არისტოკრატია; უმრავლესობის მმართველობა: დემოკრატია, პოლიტი. მან ტირანია, ოლიგარქია და დემოკრატია უარყო და მიიჩნია, რომ ისინი ნებისმიერ შემთხვევაში მიკერძოებულნი არიან. მმართველობათა შორის ყველაზე უარესად კი ტირანია მიიჩნია. საუკეთესო ფორმად დემოკრატიისა და არისტოკრატიის ელემენტებით შერეული მმართველობა, სადაც საშუალო კლასი, არც მდიდრებისა და არც დარიბების ხელში იქნებოდა თავმოყრილი.

¹⁰⁰ ალენი ჯ., „როგორ აზროვნებს ადამიანი“, გამომცემლობა „პეგა“, თბილისი, 2014, გვ. 5-198

დანიელ გოლდმანი, რიჩარდ ბოიაცისი და ენი მაკი ლიდერის ემოციურ ინტელექტზე ატარებდნენ სხვადასხვა ტიპის კვლევას, რომელთა შორისაც წარმატების ფორმულა თვითცნობიერებასა და ინტელექტზე პრაქტიკულად პირდაპირ დაკავშირებული და დამოკიდებულიც კი იყო. „კვლევამ გამოკვეთა, რომ „კარგი ტიპები“, ანუ ემოციურად ინტელექტუალი მამაკაცები და ქალები პირველები კვეთენ ფინიშის ხაზს“.¹⁰¹ აქვე აღნიშნავს, რომ დაიგეგმა კიდევ ერთი ახალი კვლევა, რომელშიც ანალოგიურ რეაქციას ელიან. მათი მოსაზრებით, ადამიანები ზოგჯერ დაუგეგმავად წარმოთქვამენ „არ არსებობს“! და შემდეგ მალევე დაამატებენ: „მაგრამ, რა თქმა უნდა“. მკვლევართა დაკვირვებით აღნიშნული რეაქციები საბოლოო შესრულებაზე ყველაზე დიდი გავლენის მქონე სწორედ გუნება-განწყობა და მასთან თანმხლები ქცევებია. ასევე არანაკლებ მნიშვნელოვანია, რომ ლიდერის განწყობა გადამდებია მთელს გუნდზე და როგორც ელექტროენერგია ისე მიედინება მის ძარღვებში. ერთგვარი ემოციური ჯაჭვი დგება ლიდერსა და გუნდს შორის, ეს პროცესი ლიდერმა სწორი მართვისთვის უნდა გააანალიზოს. მაგალითისთვის, აშშ-ს პრეზიდენტის ხასიათის კვლევა ჯეიმს დევიდ ბარბერის მიერ, რომელშიც მან პრეზიდენტის სამი პოლიტიკური როლი დაადგინა. მისი თქმით, მთავარი პოლიტიკური შეხედულებები, მისი პიროვნული ბუნება, აქტუალურობა, კონფლიქტების მსოფლმხედველობა ერთიან დინამიკურ პაკეტში ვლინდება, რომლის გაგება ფსიქოლოგიურადაა შესაძლებელი.“¹⁰² მიმართ მისი შეხედულებები. ბარბერს მიაჩნია, რომ პრეზიდენტის სტილი, თვისებები და ლიდერის პროექცია საკუთარი თავის შესახებ შეიძლება სრულიად არ იყოს თანხვედრაში მისი გუნდის განწყობასთან. აქვე აღნიშნავენ მეცნიერები, რომ თავის ტვინის მრავალმა ექსპერიმენტმა აჩვენა, რომ ლიდერის გუნება-განწყობა დიდ გავლენას ახდენს დაქვემდებარებულებზე. აუცილებლად უნდა აღნიშნოს, რომ თუ ამ მასშტაბით შევხედავთ პროცესებს საარჩევნო რეჟიმში, დამაბულობა კიდევ უფრო მეტად

¹⁰¹ Grant M., Francesca Gino F., E., Hill L., ჰარვარდის ბიზნესრევიუ, HBR'S 10 MUST READS, თბილისი, 2018, გვ. 27-28

¹⁰² ჯონსონი ბ., „პოლიტიკის მეცნიერების კვლევის მეთოდები“, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2013, გვ. 337

იმატებს, ვიდრე კერძო კამპანიის პროცესში და პირუკუ მომენტს არჩევნების დღეს აღწევს, ამ ვითარებაში განწყობის კონტროლი გაცილებით უფრო რთულია ვიდრე ყოფით სიტუაციაში. ღია ციკლური ლიბერული სისტემა ევოლუციურად მომგებიანი აღმოჩნდა, ვინაიდან ის ადამიანებს ერთმანეთის ემოციურად გადარჩენის საშუალებას აძლევს, მაგალითად, დედას ატირებული შვილის დამშვიდება შეუძლია.¹⁰³ მათი თქმით, მეცნიერები მოცემულ ღია ციკლს „ინტერპერსონალურ ლიბერულ რელაციას“¹⁰⁴ უწოდებენ, რაც გულისხმობს იმას, რომ ადამიანის მიერ გაცემული სიგნალები პირდაპირ მემართება მეორე ადამიანს ან ჯგუფს და ჰორმონების დონეზე იწვევს ცვლილებებს. ინფორმაციამ შეიძლება ცვლილებები გამოიწვიოს ორგანოთა დონეზე, მაგალითად, გავლენა მოახდინოს გულისისძარღვთა სისტემაზე, იმუნიტეტსა და ძილის რიტმზე. მსგავსად შეყვარებულ წყვილებს შორის ურთიერთობის პროცესში ოქსიტოცინის ნაკადის წარმოქმნისა. ამ დაკვირვების ანალიზით შეიძლება გავაკეთოთ დამზება, რომ ლიდერის ქარიზმის ან სევდის, ფსიქოტიპის ფაქტორი შეიძლება წარმმართველი იყოს კამპანიის პროცესში. რაც უფრო მაღალია გუნება-განწყობა და მასებზე გავლენა განწყობების მეშვეობით შესაძლოა ასევე ასეულ და ათასეულ ადამიანზე ოქსიტოცინის გამოყოფა ერთდროულად მასაში გაათმაგებული ენერჯით მუშაობდეს როგორც სარკისებური ეფექტის ამაღლებული ფორმა. ასევე, უკურეაქციაც ზუსტად იმავე დოზით იმუშავებს, როგორც მაგალითად, “ცხვრის ფარაზე”, თუ ლიდერი ტოვებს, ფარა იშლება, თუ ჰყავს მოტივირებული ლიდერი მიჰყვება და არ ტოვებს გზას. თუ მიტინგს 100 კაცი ერთდროულად დატოვებს, შესაძლოა ამან იქონიოს გავლენა შეკრების დაშლაზე. მსგავსი ქმედება შეიძლება არასასურველი შეკრების დაშლისთვის, როგორც მანიპულაცია იქნას გამოყენებული. ჩვენი ისტორიული წიაღიდან დიდგორის ომიც შეგვიძლია გავიხსენოთ. ემოციურ კავშირებს მასების მართვისას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს და ეს სადავოდ არ მიმაჩნია. “ მე ვარ, ვინაიდან ჩვენ ვართ, სადაც მე -ზე ორიენტირებული ენა ქრება და ჩვენზე ორიენტირებული ჩნდება. ნაცვლად იმისა,

¹⁰³ იხ., იქვე, გვ.35

¹⁰⁴ იხ., იქვე, გვ.36

რომ დირექტიულად საუბრობდეს, ლიდერი მოიპოვებს მიმდევრებს, ერთგულებას და უკეთესი მომავლის მოლოდინს.”¹⁰⁵

პოლიტიკური პიარი პარტიის ან პოლიტიკოსის ჩამოყალიბების პროცესში დასაწყისის სათავეში უნდა ჩაერთოს. პირველი მესიჯებიდან იკვეთება, თუ რას წარმოადგენს კანდიდატი ან პარტია, რა ღირებულებები და იდეები ამოძრავებს, რომელ კლასზე აქვს გათვლა და საბოლოო პიკური მოლოდინი, რამდენწლიანი გეგმა აქვს და სტრატეგია რა ვადებზე უნდა გაიწეროს პროგრამა. შესაბამისად ერთობლივად უნდა მოხდეს დაგეგმარება და ნაბიჯების შეთანხმება. ყველა სიახლე, აქტივობა და მოქმედება უნდა შეთანხმდეს მასთან, რადგან ის სფეროს პროფესიონალია და კარგად იცის როგორი აქტივობაა მიზანშეწონილი კონკრეტულ მომენტში. არ არსებობს მზა რეცეპტი, ყველა შემთხვევა, ისევე როგორც ყველა კანდიდატი და პარტია ინდივიდუალური ორგანიზმია, ამიტომაც ყველა სტრატეგია უნდა დაიწეროს არა რომელიმე ქვეყნის, ან სოციუმის გამოცდილებაზე დაყრდნობით არამედ რეალურ ბაზაზე დაფუძნებით.

კაცობრიობის განვითარების ყველა ეტაპზე ინფორმაციის გავრცელებას უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭებოდა. ეს თემა ოცდამეერთე საუკუნეში გაცილებით უფრო აქტუალურია ვიდრე ოდესმე. სახელმწიფოთაშორის დაპირისპირებისას ერთ-ერთი ყველაზე მძლავრი საშუალება სწორედ ინფორმაციაა და გამარჯვებულებს ის არის ვინც ამ იარაღს ფლობს.¹⁰⁶

რბილი ძალის განხილვისას ძირითად წყაროდ ამერიკელი პოლიტოლოგის ჯოზეფ ნაის კვლევებს შემოგთავაზებთ, რადგან სწორედ ის პირველი გვთავაზობს ტერმინის განმარტებას.

ჯოზეფ ნაის განმარტებით, ძალა ამინდს ჰგავს, რადგან ყველა საუბრობს მასზე, მაგრამ მხოლოდ რამდენიმე იგებს მას და როგორც ფერმერები და მეტეოროლოგები ცდილობენ შტორმის პროგნოზირებას, ასევე ცდილობენ სახელმწიფო მოხელეები

¹⁰⁵ Logan D., King J., “Tribal Leadership, Heili fisher -rait”, Palitra L, Tbilisi, 1990, p.p 156-178

¹⁰⁶ მაღრაძე გ., მაისაია ვ., „21- საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა – რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ. 148

და ანალიტიკოსები სახელმწიფოთა შორის ძალის გადანაწილების საკითხში ძირითადი ცვლილებების დინამიკის გაგებას¹⁰⁷. საინფორმაციო ომები ხორციელდება წინასწარ განსაზღვრული ომებისგან, მთავარი აქტორები ხშირად არიან ხელოვნების მოღვაწეები: მწერლები, მუსიკოსები, მსახიობები, მხატვრები, რეჟისორები, მთარგმნელები, რა თქმა უნდა ჟურნალისტები და პოლიტიკოსები. პიარები ერთგვარ ველს ქმნიან ინფორმაციის გასავრცელებლად და ველის დასაფარად. პიარები ერთგვარი მენეჯერები არიან მთელ ამ სისტემაში. ისინი წინასწარ ავრცელებენ ინფორმაციას, რასაც გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება გეოპოლიტიკურ დაპირისპირებაში.

საინფორმაციო ომის მთავარი მიზანი მართვადი ქაოსის შექმნაა. თუ პროცესი უმართავი გახდა აზრს კარგავს და შესაძლოა გადავიდეს სისხლიან ომში, გაჩნდეს ცხელი წერტილები სადაც შემდგომ ინფორმაციით სწორი მანიპულირება ძალიან გაჭირდება. წარმატებულ საინფორმაციო ომს, კი მოწინააღმდეგის დემორალიზება მოჰყვება. საინფორმაციო ომში მნიშვნელოვანია ომის ობიექტი ქვეყნიდან საყრდენი დაჯგუფებების გამოყოფა. ისინი ერთვებიან ინფორმაციის გავრცელებაში, არეულობების მოწყობაში და მთელი ამ პროცესის აქტორები ხდებიან. „თანამედროვე მსოფლიოში „საინფორმაციო ომმა“ პრაქტიკულად შეცვალა შეიარაღებული ომები. საინფორმაციო ომში საბრძოლო იარაღია სამეცნიერო დებულებები. პატარა, მაგრამ გეოპოლიტიკურად სტრატეგიული ქვეყნისთვის -საქართველოსთვის - არსებითი მნიშვნელობა აქვს ზუსტ სამეცნიერო დასკვნებსა და აკადემიური ინფორმაციების ფართოდ გავრცელებას.¹⁰⁸

საინფორმაციო ომის წარმოებისას საყრდენი ადამიანური რესურსია სამიზნე აუდიტორიამდე რომ მიიტანოს ინფორმაცია. ეს ადამიანები განსაკუთრებულად მაღალი სანდოობით, დადებითი იმიჯით უნდა სარგებლობდნენ საზოგადოებაში, არ არის გასაკვირი რომ ძირითადად ამ თემით „ელიტა“ ანუ ინტელიგენციაა დაკავებული.

¹⁰⁷ Nye, 1990, p. 25

¹⁰⁸ რაცი ა., „რუსეთის ჰიბრიდული ომი უკრაინაში“, ფინეთის საგარეო ურთიერთობათა ინსტიტუტი, ჰელსინკი, 2015, გვ. 63

საინფორმაციო ომს მრავალფეროვანი მეთოდები უკავშირდება. როგორცაა: მედიის სიგნალების დახშობა, ცრუ ინფორმაციის გავრცელება, ლოგისტიკური პრობლემების შექმნა (საზღვრების ჩაკეტვა, შესყიდვების შეჩერება, ემბარგოების დაწესება), საკომუნიკაციო არხების მწყობრიდან გამოყვანა, მძლავრი მედია პროპაგანდა. იქმნება სახელოვნებო დარგების ჯგუფები, ასევე მედია ჯგუფები, სამედიცინო ჯგუფები, სამეცნიერო ჯგუფები, რომელთა მეშვეობითაც ინფორმაციის გავრცელება იოლდება დიდ მასაზე. იქმნება ბლოგები სადაც თავსდება და რეკლამდება ინფორმაცია, ხშირ შემთხვევაში რამდენიმე ენაზე, ან სხვადასხვა სივრცე სხვადასხვა აუდიტორიისთვის ენის მიხედვით. საინტერესოა თემის კვლევა უმცირესობების და უნარშეზღუდული პირების მიმართულებითაც, თუ როგორ ახერხებს რბილი ძალა მათ მობილიზებას, თუმცა ამაზე შემდგომში შევეცდები დავფოკუსდე.

მასობრივი ინფორმაციის გავრცელებისას გათვალისწინებული უნდა იყოს შემდეგი საკითხები:

სტრატეგიული ანალიზი

ინფორმაციული ზეგავლენა

საინფორმაციო უკუქმედება ¹⁰⁹

საინფორმაციო და ფსიქოლოგიური ომების საწარმოებლად აქტიურად გამოიყენება სოციალური მედია. ტერმინი ფსიქოლოგიური ომი“ 1920 წელს გამოიყენა ბრიტანელმა ისტორიკოსმა ჯონ ფულერმა.¹¹⁰

კიბერ კონტექსტში ყველა მოწყვლადი სოციალური ქსელებია, რომელიც ყოველდღიურად ჭიანჭველებივით მრავლდებიან. ყველა ქვეყანას პრიორიტეტული არხები აქვს, არის შემთხვევები როდესაც მძლავრი ქვეყნები კრძალავენ ან აუქმებენ ქსელებს, იმ მოტივით რომ საფრთხის შემცველია. ასევე, ამ საკითხს საშინაო და საგარეო ვაჭრობის კონტექსტშიც აქვს დიდი მნიშვნელობა,

¹⁰⁹ მალრამე გ., მაისაია ვ., „21- საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა – რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017, გვ.148

¹¹⁰ Поченцов ГГ., Психологические войны, 4-е издание, Рефл-книга, Москва, 2008, стр 59.

იდენტიფიკაციის კუთხითაც, ინფორმაციის მოპოვების და გავრცელების საუკეთესო საშუალებაა. მისმა არასწორად გამოყენებამ შეიძლება დიდი გავლენა იქონიოს ქვეყნის ეროვნულ უსაფრთხოებაზე. ამავდროულად, საფრთხეების პრევენციისთვის საუკეთესო ინსტრუმენტია. მიდი მეშვეობით შეიძლება საშინაო და საგარეო საფრთხეების არიდება და მონიტორინგი.

სოციალურ მედიას წარმატებით იყენებენ სხვადასხვა დაჯგუფებები და დამნაშავეთა ჯგუფები, ანარქისტები, ეროვნული და ტრანსნაციონალური დაჯგუფებები, მაგალითად: მაფია, იაკუბა, ტრიადა და კამორა და სხვა. სხვადასხვა სექტანტური ჯგუფები ჰაკერები, ეროვნული, სამხედრო, პოლიტიკური გაერთიანებები და არასამთავრობო სექტორები.

აუცილებელია სოციალური მედიის კონტროლი ისე რომ არ შეილახოს ადამიანის ფუნდამენტური უფლებები და კონსტიტუციით განსაზღვრულ ჩარჩოში მოექცეს.

ჯოზეფ ნაი მის ნაშრომებში რბილი ძალის შესახებ, ძალას ორ – ხისტ და რბილ ასპექტად გვთავაზობს. ხისტი ძალა პრობლემის მოგვარებისას პოლიტიკური, სამხედრო და ეკონომიკური ბერკეტების გამოყენებას, რბილი ძალა კი ერებს შორის არსებული პრობლემების აღმოფხვრას კულტურათა დიალოგის გზით გულისხმობს. საერთაშორისო პოლიტიკის სფეროში დემოკრატიული ქვეყნები აქტიურად იყენებენ რბილ ძალას. რბილი ძალა ეხმარება ერთი ქვეყნის წარმომადგენლებს საკუთარი მიზნები და სურვილები სხვა ქვეყნის წარმომადგენლებისთვისაც სასურველი და მიმზიდველი გახადოს. ამგვარ მიდგომას ჯოზეფ ნაი მსოფლიო პოლიტიკაში მიმზიდველობას უწოდებს, რაც, მისი სიტყვებით, ქვეყანას სხვა ქვეყნის მიერ საკუთარი ღირებულებების მოწონებით ისევ და ისევ საკუთარი მიზნების განხორციელებაში ეხმარება¹¹¹ საერთაშორისო პოლიტიკის სფეროში ნაი რბილი ძალის სამი რესურსის შესახებ საუბრობს. პირველი რესურსია ქვეყნის კულტურა, მეორე – პოლიტიკური ღირებულებები, ხოლო მესამე – საგარეო პოლიტიკა.¹¹²

¹¹¹ Nye, 2004, p.5

¹¹² იბ., იქვე, გვ.11

კულტურა რბილი ძალის წყარო ხდება მაშინ, როდესაც იგი უნივერსალურ ღირებულებებს შეიცავს. მეორე მხრივ, საყურადღებოა, რომ რბილი ძალის პოტენციურ რესურსს ქვეყნის საშინაო და საგარეო სამთავრობო პოლიტიკაც წარმოადგენს, რომელსაც როგორც გრძელვადიანი, ასევე მოკლევადიანი ეფექტები აქვს¹¹³ და სახელმწიფოს რბილი ძალის გაძლიერება ან გაფლანგვა შეუძლია¹¹⁴. რაც შეეხება საგარეო პოლიტიკას, როგორც რბილი ძალის წყაროს, ხაზგასასმელია ის გარემოება, რომ უცხოური საზოგადოებების სურვილებზე ძლიერ გავლენას, სახელმწიფოს მიერ საკუთარი ქვეყნის შიგნით და საერთაშორისო ინსტიტუტებში თანამშრომლობისას დაცული და საგარეო პოლიტიკაში წარმოჩენილი ღირებულებები ახდენს. უფრო მეტიც, მთავრობებს საკუთარი ქმედებებით, მაგალითებით, შეუძლიათ როგორც მიიზიდონ, ასევე ჩამოიშორონ, საკუთარი თავის მიმართ უარყოფითად განაწყონ უცხოური საზოგადოებები. სწორედ ამიტომ აღნიშნავს ნაი, რომ მთავრობის საშინაო და საგარეო პოლიტიკას სახელმწიფოს რბილი ძალის როგორც გაძლიერება, ასევე დასუსტება შეუძლია.¹¹⁵

ამერიკელი მკვლევარი ქრეიგ ჰაიდენი (Craig Hyden) მიუთითებს, რომ რბილი ძალის ფორმირებაზე გავლენას ახდენს ის ადგილობრივი დისკურსიული ინსტიტუციები, რომლებიც საგარეო პოლიტიკის აზრს მართავს¹¹⁶. სამივე ფაქტორს დაავუკვირდებით, დავინახავთ, რომ მათ დიდი როლი ეკისრება რბილი ძალის მეშვეობით სასურველი შედეგის მიღწევაში. შესაბამისად, სახალხო დიპლომატიის წარმატებას განაპირობებს განმახორციელებელი ჯგუფის კომპეტენცია და სწორად განსაზღვრული სამიზნე ჯგუფი. აუცილებელია, რომ სახელმწიფომ კარგად განსაზღვროს სამიზნე ჯგუფი, ანუ, უცხოური საზოგადოების ის ნაწილი, რომლისკენაც რბილი ძალა სახალხო დიპლომატიის აქტივობებით მიემართება. სამიზნე ჯგუფის მკაფიოდ განსაზღვრა მთავრობებს სახალხო დიპლომატიის ღონისძიებების სათანადოდ დაგეგმვაში ეხმარება. თუ სახალხო დიპლომატიის

¹¹³ იბ., იქვე, გვ.13

¹¹⁴ იბ., იქვე, გვ.14

¹¹⁵ Nye, 2002, p.73

¹¹⁶ Hayden, 2012, p.65

ლონისძიებები სამიზნე ჯგუფებს კარგად მოერგება, სახალხო დიპლომატიის სამთავრობო სტრატეგიის წარმატება გარდაუვალი იქნება.

„ნაშრომში, რომელიც ეკუთვნის Brigitte L. Nacos „Terrorism and Counterterrorism – Understanding Threats and Responses in the Post-9/11 World“¹¹⁷ მკაფიოდ არის წარმოჩენილი იმ პროცესების ანალიზი, რომელიც შეიქმნა 9/11 ტრაგიკული მოვლენის შედეგად და რამდენად შეიცვალა მსოფლიო პოლიტიკის დინამიკა და გახდა უფრო მეტად აქტუალური ახალი განზომილების ე.წ. „აგრესიული არასახელმწიფოებრივი აქტორების“ ფაქტორი ამ პროცესებში. ფაქტობრივად, უკვე ამ მოვლენების შედეგად, ომის და მშვიდობის საკითხები დაისვა განსხვავებულ ფორმატში და საერთაშორისო ურთიერთობები გადავიდა ახალი სახის ფორმაციაში, რომელსაც პირობითად შეიძლება ვუწოდოთ საერთაშორისო უსაფრთხოების სისტემა და ახალი იდენტიფიკაცია წარმოჩინდა ე.წ. „გლობალური უსაფრთხოების“ ფენომენი. ამავე კონტექსტში წიგნი გვიჩვენებს, თუ როგორ უნდა იყოს წარმოებული საინფორმაციო-პროპაგანდისტული კამპანია საერთაშორისო ტერორიზმის წინააღმდეგ, რომელიც გახდა ეროვნული უსაფრთხოების საშიში გამოწვევა.“¹¹⁸

¹¹⁷ Brigitte N., „Terrorism and Counterterrorism – Understanding Threats and Responses in the Post-9/11 World“, second edition, Penguin Academics, London, UK, 2008, p.p. 26-70

თავი II. ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემო და პიარი როგორც საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის ფაქტორი: ახალი გამოწვევები და რისკები

II.I პიარი, როგორც საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ელემენტი

ინფორმაციის, როგორც იარაღის გამოყენების საფრთხე, მუდმივად არსებობს მაღალტექნოლოგიურ სამყაროში, რადგან სრულად არ თქმა მოვლენისა, ნაკლულად გადმოცემა, დამახინჯებულად მოწოდება უკვე ინფორმაციის ბოროტად გამოყენებაა. ამდენად, როგორ იქნება მოწოდებული შინაარსი ემოციებისგან დაცლილი, ფაქტებით, სუბიექტურად, თუ მხარეთა ჩართვით, ვინ არის ინფორმაციის გადმომცემი ამას დიდი მნიშვნელობა აქვს. იმის გათვალისწინებით, რომ ნებისმიერ შემთხვევაში ყველა ადამიანი თავისთავად ტენდენციურია, რადგან მას გააჩნია მისი სუბიექტური ხედვა ყველა საკითხის მიმართ. თუ ამ ხედვას დამატებით ერთვის დაკვეთა (მაგალითად, მედიის შემთხვევაში, პოლიტიკური პარტიის შემთხვევაში, ელიტების შემთხვევაში და სხვა) ეს სიტუაციას კიდევ უფრო ამწვავებს და საფრთხეს აორმაგებს.

საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის სხვადასხვა განსაზღვრება არსებობს. ერთი მხრივ, საინფორმაციო ომი, როგორც მედიური ომი და ფსიქოლოგიური ომი, როგორც პროპაგანდისტული ომი. ერთიანობაში ეს ორი ომი საინფორმაციო-ფსიქოლოგიურ “არსენალს” წარმოადგენს ომის მსვლელობისას, თუმცა მოქმედებენ კოლაბორაციაში. სადაცაა საინფორმაციო ომი, იქვეა პროპაგანდა, ანუ ფსიქოლოგიური ომიც.

მცირედი, ტერმინებზეც ვისაუბროთ საინფორმაციო ომი როგორც ტერმინი ეს არის სოციალური, პოლიტიკური, ეთნიკური და სხვა სისტემების ერთმანეთზე ღია და დახურული მიზანმიმართული ინფორმაციული ზემოქმედება მატერიალურ სფეროში გარკვეული მოგების მიღების მიზნით ან კიდევ, სხვა განმარტებით, ინფორმაციული ომი არის შეიარაღებული ძალების და სხვა (სახელმწიფო, კერძო) ორგანიზაციების მიერ გატარებული ღონისძიებები და ოპერაციები, რომლებიც მიმართულია მოწინააღმდეგეზე ინფორმაციული უპირატესობის მოპოვების და

მისთვის მატერიალური, იდეოლოგიური და სხვა ზიანის მიყენების მიზნით.¹¹⁹ საინფორმაციო ომის ესკადრილია მაგალითად ამერიკის შეერთებულ შტატებს 1980 წლიდან ჰყავს და ისინი აქტიურად იყენებენ ამ რესურსს საომარი მოქმედებებისას. იყენებენ სპეციალურ კომპიუტერულ პროგრამებსა და მოწყობილობებს, ასევე მოწინააღმდეგის დასაზნევად ხშირად ელექტრონული ქსელები გამოჰყავთ მწყობრიდან და შემდგომ საჭიროების შემთხვევაში მათი ხელმეორედ ამუშავებაც შესაძლებელია. მსგავსი ქსელი პირველად ერაყის საწინააღმდეგო ომში გამოიყენეს, ლოკაცია სპარსეთის ყურე იყო. იდენტურ ომში ჰოლანდიელებმა ჰაკერმა პროგრამისტებმა მოიპარეს ინფორმაცია, რომელიც ცხადყოფდა აშშ-ს ჯარისკაცების მდებარეობის შესახებ ინფორმაციას. მათ თავდაცვის დეპარტამენტიდან გამოტანილი ნაძარცვი შესთავაზეს ერაყელებს. თუმცა ერაყელებს ამერიკელების მორიგი ხრიკი ეგონათ და არ დათანხმდნენ.

„საინფორმაციო ომი“ განიხილება სამხედრო უსაფრთხოების მთავარ ფაქტორად. დღევანდელი მდგომარეობით, სამხედრო-პოლიტიკურ ორგანიზაციაში („ნატო“) ამოქმედებულია სათანადო გეგმა, რომლის მეშვეობითაც დაგეგმილია ერთობლივი საქმიანობა პარტნიორ ქვეყნებთან და ორგანიზაციებთან, რაც, რასაკვირველია, საქართველოს უსაფრთხო გარემოს გაუმჯობესებასთანაც ასოცირდება.“¹²⁰ ვკითხულობთ, ჰიბრიდული ომი¹²¹ და 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები ავტორები: გუგული მადრადისა და ვახტანგ მაისაიას ნაშრომში.

ხოლო, რაც შეეხება ტერმინი ფსიქოლოგიური ომი, ეს არის: “მოსახლეობაზე სხვადასხვა ფორმით, საშუალებით, მეთოდით ზემოქმედება მისი ფსიქოლოგიური მახასიათებლების (შეხედულებები, აზრები, ფასეული ორიენტაციები, განწყობა,

¹¹⁹ შონია ო., სუპატაშვილი მ., “სახელმწიფო უსაფრთხოების უზრუნველყოფის სისტემა”, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის გამომცემლობა, #2(7), თბილისი, 2009, გვ. 24-56

¹²⁰ მადრადე გ., მაისაია ვ., „ჰიბრიდული ომი და 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები“, თბილისი, 2020, გვ.6

¹²¹ მაისაია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2020, გვ.176

მოტივები, ქცევის სტერეოტიპები), ჯგუფური ნორმების, მასობრივი განწყობის, საზოგადოებრივი ცნობიერების სასურველი მიმართულებით შეცვლის მიზნით.“¹²²

1998 წლის ოქტომბერში აშშ-ს თავდაცვის დეპარტამენტმა საინფორმაციო ოპერაციების ერთობლივი დოქტრინა ამოქმედდა (Joint Pub 3-13 Information Operations, DOD US, 1998 წლის დეკემბერი). დოქტრინაში „ინფორმაციული ოპერაციის“ განმარტება წარმოდგენილია შემდეგნაირად: „ინფორმაციული ოპერაცია არის ქმედება, რომელიც განხორციელდება მტრის საინფორმაციო სისტემების მიერ ინფორმაციის შეგროვების, დამუშავების, გადაცემის და შენახვის შეფერხების მიზნით, საკუთარი ინფორმაციისა და საინფორმაციო სისტემების დაცვის დროს. 1999 წელს მიღებული ნატოს გაიდლაინები განსაზღვრავს საინფორმაციო ოპერაციას, როგორც „მოქმედებებს, რომლებიც მიიღება გადაწყვეტილების მიღებაზე გავლენის მოხდენის მიზნით საკუთარი პოლიტიკური და სამხედრო მიზნების მხარდასაჭერად, მტრის ინფორმაციაზე, საინფორმაციო პროცესებზე და მართვისა და კონტროლის სისტემებზე ზემოქმედებით, საკუთარი ინფორმაციისა და საინფორმაციო სისტემების დაცვით.“¹²³

საინფორმაციო ოპერაციების ძირითადი ტიპები, თავდასხმის ობიექტიდან გამომდინარე (ადამიანი, ან ადამიანთა ჯგუფი, ან მანქანა სისტემა), საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ოპერაციები, კიბერშეტევები, რომლებიც საინფორმაციო ომის მთლიანობას უდევს საფუძვლად.

„ფსიქოლოგიური ოპერაცია (ინფორმაცია-ფსიქოლოგიური ოპერაცია, ინგლისური - Psychological Operations, PSYOP) - ერთგვარი საინფორმაციო ოპერაციები. ფსიქოლოგიური ოპერაციები (PsO) არის ფსიქოლოგიური ომის შინაარსის მთავარი ელემენტი“.¹²⁴

¹²² შონია ო., სუპატაშვილი მ., სახელმწიფო უსაფრთხოების უზრუნველყოფის სისტემა, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის გამომცემლობა, #2(7), თბილისი, 2009, გვ.46-56

¹²³ Вепринцев В., Манойло А., Петренко А., Фролов Д., Операции информационно-психологической войны, об., < <https://rb.gy/nkh2d> > [п.п 08.04.2023].

¹²⁴ об., იქვე გვ.14

ფსიქოლოგიური ოპერაციის გამოყენება, შეიძლება იყოს კოორდინირებული, ურთიერთდაკავშირებული, ამოცანების, დროის, საგნების, პროცედურების, ტიპების, ფორმების, მეთოდების და ფსიქოლოგიური გავლენის ტექნიკის მიხედვით. ფსიქოლოგიური-საინფორმაციო ომი საბოლოო ჯამში მიემართება ადამიანთა ჯგუფის, მოწინააღმდეგის ან სხვა ქცევის ცვლილებას და მასზე გავლენის მოხდენას. მათი სამხედრო მხარე კოორდინირებულია შესაბამისი სამთავრობო უწყებების საქმიანობასთან. უფრო ვიწრო სპექტრით რომ შევაფასოთ, მას იყენებენ მტრის დემორალიზებისთვის და დეზორიენტირებისთვისაც.¹²⁵

II.II პოლიტიკური პროპაგანდა და მისი გავლენა ეროვნული უსაფრთხოების გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე

სიცრუე პოლიტიკის უკიდურესი საფრთხე და საუკუნის გამოწვევაა. მინდა მკვლევარს პოლ ეკმანის მეცნიერულ დასკვნებს შევხებო. სიცრუის ერთ-ერთი პირველი მკვლევარი, პოლ ეკმანი ფსიქიატრიულ კლინიკებშიც კი იკვლევდა ამ ფენომენს. მეცნიერი მის ნაშრომში „ტყუილის ფსიქოლოგია“ გვიზიარებს მის შთაბეჭდილებებს, მას მიაჩნდა რომ ტყუილის ფენომენზე კვლევები მეცნიერებს, მხოლოდ სულიერად ავადმყოფებთან სამკურნალო პროცესში დასჭირდებოდათ. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მისი კვლევის ერთ-ერთ საკითხს წარმოადგინა შესტები და მიმიკა, როგორც ტყუილის ერთ-ერთი შემადგენელი კომპონენტი.

პოლ ეკმანმა ერთ-ერთ სესიაზე დასვა ასეთი შეკითხვა: თუ შესტი ყველა ყველა ქვეყნისთვის ინდივიდუალური და სუბკულტურულია, რას წარმოადგენს მიმიკა, და შესაძლებელია თუ არა მიმიკით ადამიანის ტყუილში გამოჭერა? ექიმს არავერბალური კვლევა ხშირად სჭირდება, მათ შორის, როდესაც უნდა გამოარკვიოს პაციენტი უნდა გაწეროს თუ არა კლინიკიდან. განსაკუთრებით, თუ პაციენტი ირწმუნება, რომ კარგად არის და აღარ უნდა კლინიკაში ყოფნა. მაგალითად როცა საქმე გვაქვს თვითმკვლელთან რომელიც კლინიკაში მოხვდა თავის მოწამელის, ან ვენების გადაჭრის გამო და არსებობს ამ პრეცედენტის

¹²⁵ იხ., იქვე გვ.16

განმეორების რეალური საფრთხე. უნდა შეფასდეს მისი ფსიქიკური ადეკვატურობა და სხეულებრივი ფლობა, უნარები, კონცენტრაცია და ა.შ ტყუილი სავსებით მოსალოდნელია ამიტომ ექიმს სჭირდება ხელსაწყო, რომლითაც ზუსტად გაიგებს ქცევა რეალობა თუ ტყუილი. ავტორი იხსენებს ნაშრომში პაციენტ მერის ისტორიას, რომელმაც ექიმის მოტყუება შეძლო და სუიციდური ეპიზოდი გაიმეორა. მეცნიერი შიფრავდა ვიდეო ჩანაწერებს რომელზეც სხვა ექიმებთან ერთად ცდილობდა ტყუილის ელემენტების შეცნობას. მან დაინახა და აღწერა უამრავი მიკრო შესტი, რომლითაც შეიძლებოდა ტყუილის დადგენა: მხრების აწევა, თავის გადაქნევა, ხელის მცირედით მოძრაობა, დაუსრულებელი შესტები, სახის გაშეშება, ხმის ტემბრის შეცვლა და სხვა. მალევე დაინტერესდნენ კვლევებით ძალოვანი სტრუქტურები და ტყუილის კვლევა დანაშაულის ასპექტში შესთავაზეს, ასევე სთხოვეს ექიმს დაზვერვის წარმომადგენლებისთვის ტყუილის ამოცნობა ესწავლებინა. პოლ ეკმანი ნაშრომში ადარებს პაციენტს მერის და ჰიტლერს, რომელმაც ჩემბერლენი მოლაპარაკებებისას მოატყუა. ის ამბობს, რომ ჰიტლერი ბევრად უფრო გაწვრთნილი მსახიობია, თანაც ის ატყუებს მათ, ვისაც უნდა, რომ მოტყუვდნენ. ხშირად მსხვერპლი ვერ აცნობიერებს სიცრუის ავტორის გათვლებს, რადგან მას არ უნდა ნათელი მოჰფინოს ტყუილს ასე ერთგვარად თავს იცავს კიდევ. მაგალითად უარყოფა იმისა, რომ მეუღლეს ჰყავს საყვარელი, რითაც მამაკაცი თავს იცავს შეურაცხყოფისგან. ყველამ რომ გაიგოს მისი ღალატის შესახებ, განქორწინებაც გარდაუვალი იქნება, ამიტომ ეს ქმედებები ერთგვარი ტყუილის ჯაჭვია. სანამ ინფორმაცია არაა გაცხადებული, ის არ მომხდარა და პიროვნება თავს დაცულად გრძნობს. აქვე აღნიშნავს, რომ ყველა ადამიანი ცხადია ასე მარტივად არ ტყუვდება და ზოგის მაგალითად ბანკირის ან გამომძიებლის პროფესია ითვალისწინებს ტყუილის გაშიშვლებას. პოლ ეკმანი ვრცლად ხსნის დამოკიდებულებების მნიშვნელობას ტყუილის პროცესში, პაციენტ მერის, რომელსაც გულმხურვალედ სჯერა ექიმების კეთილგანწყობისა და მათი მხარდაჭერის და ჰიტლერის რომელსაც მორალური საჭე გაექცა და დანაშაულის შეგრძნებისგან სრულიად თავისუფალია.¹²⁶

¹²⁶ Питер Э., „Психология лжи, Обмани меня если сможеш“, 2009,2001,1992,1995, стр. 1-10

„გაცილებით მარტივია მოტყუების ნიშნების შემჩნევა ქცევაში სუიციდურ პაციენტების, ან მოღალატე მეუღლეების შემთხვევებში, ვიდრე დიპლომატების ან ორმაგი აგენტების ქცევაში. მაგრამ ყველა დიპლომატი, კრიმინალი თუ დაზვერვის აგენტი არ არის შესანიშნავი მატყუარა. ისინიც ზოგჯერ შეცდომებს უშვებენ. ჩემი ნაშრომის არსი მიეკუთვნება ყველას ვინც დაინტერესებულია გააშიშვლოს ტყუილი, განსაკუთრებით სასამართლო ექსპერტიზის და პოლიტიკის სფეროში. არა მხოლოდ იმიტომ, რომ ტყუილის გამოაშკარავებაში დავებმარო, იმ შემთხვევაშიც კი როცა არ არის აშკარა ქცევითი გამოხატულებები. არამედ იმაში რომ გაფრთხილდნენ და გაუწიონ ანგარიში თავის სუსტ და ძლიერ მხარეებს“.127 - გვიზიარებს პოლ ეკმანი თავის ნაშრომში.“

ავტორის თქმით, ტყუილის კვლევა არა მხოლოდ მათ ეკუთვნის, ვისაც სიცოცხლე სასწორზე აქვს დადებული, არამედ ადამიანებს ყოფითი პრობლემებით, რომლებსაც ცხოვრებისეული ბარიერები ექმნებათ ბავშვობიდან მოტანილი პატერნებით და სცენარებით. ტყუილის ამოცნობა სჭირდებათ მესაზღვრეებს, პოლიციელებს, დიპლომატებს, პოლიტიკოსებს და რიგით მოქალაქეებთან, თუმცა განსაკუთრებით დაზვერვის მუშაკებს და სპეციალური დანიშნულების პირებს რომლებიც ქვეყნის უსაფრთხოებაზე არიან პასუხისმგებელნი.

შემიძლია შემოგთავაზოთ ტყუილის, როგორც შემოქმედებითი პროცესის ოთხი სახე: განზრახული, უნებლიე, მექანიკური და თავდაცვითი. ჩემი მოსაზრებით, ტყუილის შექმნაში მონაწილეობას იღებს ტვინი, როგორც გადაწყვეტილების მიღების ორგანო და კრეატიული მორგების კონცეპტი ადამიანის შემოქმედებითი სცენარები, პატერნები და მიკრო სიუჟეტები. ასევე, ტყუილი შეიძლება იყოს კომპულსიური და მექანიკურად მეორდებოდეს. მინდა დეტალურად ავხსნა თითოეული მათგანი.

განზრახული ტყუილი არის ტყუილი, რომელსაც ადამიანი განზრახ წინმსწრებად მოიფიქრებს და შემდეგ მოჰყავს მოქმედებაში.

უნებლიე ტყუილი არის ტყუილი, რომელსაც წამოცდენაც შეიძლება ვუწოდოთ.

¹²⁷ იხ., იქვე, გ.11.

მექანიკური ტყუილი არის ტყუილი, რომელსაც ადამიანი ყოველ ჯერზე იმეორებს შესაბამის შინაარსთან.

თავდაცვითი ტყუილი, კი გულისხმობს განმუხტვით ქმედებას, რომლის შემდეგაც მოლოდინი აქვს ავტორს რომ სიტუაციას დაარეგულირებს და მშვიდობას დაამყარებს.

ასევე, აქვე მინდა აღვნიშნო, რომ ტყუილის შემთხვევაში შესაძლებელი ყველა ეს კომპონენტი შეიძლება დაჯგუფდეს და წარმოგვიდგეს ერთად ან წყვილად და სწორედ ყველა ქეისი ამ ჭრილში უნდა განვიხილოთ, როდესაც ერთეულ შემთხვევას ვეხებით, ვეცნობით და ვარჩევთ.

რვა წლის შემდეგ რაც რიჩარდ ნიქსონმა პრეზიდენტის სავარძელი დატოვა, მან უარყო, რომ ზოგჯერ გულწრფელად იტყუებოდა, მაგრამ აღიარა, რომ ზოგჯერ სხვა პოლიტიკოსების მსგავსად რაღაცებს მალავდა. ეს აუცილებელია იმისათვის, რომ მოიპოვო და შეინარჩუნო სავარძელი,- ამბობდა ის. „ თქვენ არ შეგიძლიათ თქვათ ყველაფერი, რასაც ფიქრობთ ამ ან იმ ადამიანზე, რადგან ის შეიძლება ერთხელ დაგჭირდეთ. თქვენ არ შეგიძლიათ გამოთქვათ თქვენი შეხედულება მსოფლიო ლიდერებზე, რადგან შეიძლება თქვენ იქონიოთ მათთან საქმე მომავალში.“¹²⁸

ტყუილს შეიძლება ჰქონდეს გამართლება, ან არ გააჩნდეს არავითარი გამამართლებელი საბუთი, ისევე, როგორც მატყუარამ შეიძლება არ მოიტყუოს. ტყუილი არის ქმედება, თუ ტყუილი არის პიროვნების მახასიათებელი და პიროვნება მატყუარად უნდა შევრაცხოთ? თუ ეს ერთგვარი დაავადებაა და მას უნდა მიენიჭოს შესაბამისი კოდი?

ავტორი ტყუილის ორ ფორმას განასხვავებს: ნაგულისხმევს და დამახინჯებულს. პირველ შემთხვევაში ის ფარავს ინფორმაციას და არ ახმოვანებს, მისი გამართლება ყოველთვის უფრო მარტივია. მეორე შემთხვევაში ამახინჯებს და ავრცელებს.

ტყუილის ნიღბების პირველ რიგშია ღიმილი, სიცილი და წარბის უადგილო თამაში.

¹²⁸ იხ., იქვე, გვ.13

არსებობს ტყუილის თქმის კიდევ ერთი ფორმა, როდესაც ისე ამბობ სიმართლეს, რომ მისი არ უნდა დაიჯერონ. ამ ქმედების განსაზღვრება შეიძლება ასე, რომ აწვდი ინფორმაციას ისე რომ ადრესატმა უგულებელყოს, ან მიიჩნიოს ტყუილად. ამ ქმედებასთან ახლოსაა ნახევრადსიმართლე, რადგან ბოლომდე უთქმელი სიმართლე არ ნიშნავს, რომ ადამიანმა გააცხადა რეალური ინფორმაცია, რადგან ის რაც არ თქვა - დაფარა და რაც დაფარა - შესაძლოა იყო გაცილებით უფრო მნიშვნელოვანი ვიდრე ის, რაც თქვა. ტყუილის ფორმაა ინფორმაციის უთქმელობაც და განუცხადებლობაც, რადგან დაფარვაც თავის მხრივ არსებითად დანაშაულის ტოლფასი ქმედებაა და ინფორმაცია ადრესატამდე საერთოდ არ მიდის. ტყუილში ადამიანის მხილება შესაძლოა ავტორმა ინფორმაციის გაჟონვად აღიქვას, აღმომჩენმა, კი ერთგვარი „აჰა განცდა“ განიცადოს.

„ემოციების დამალვა ადვილი არ არის, მაგრამ არანაკლებ რთულია მათი გაყალბება, თუნდაც, მაშინ როცა ეს კეთდება, არ არის აუცილებელი ნამდვილის დაფარვა ცრუ ემოციით. ამისთვის საჭიროა მეტი, ვიდრე უბრალოდ თქვა: გაბრაზებული ვარ ან მეშინია. როდესაც მატყუარას უნდა, რომ დაუჯერონ, ის გამოიყურება ბუნებრივად და მისი ხმა თავისთავად რეალურად ჟღერს. წარმატებული გაყალბებისთვის აუცილებელია ემოციების გამოხატვა, ჟესტები ან ხმის ინტონაციების ბუნებრიობა. არც ისე ადვილი გასაყალბებელია, უფრო მეტიც, ძალიან ცოტა ადამიანს შეუძლია გააკონტროლოს სახის გამომეტყველება: მწუხარების, შიშის, ბრაზის გამოხატვას მიმიკის კარგი ფლობა სჭირდება.“¹²⁹ ზომიერმა მარცხის შიშმა შეიძლება გააძლიეროს კიდევ მატყუარა და მისცეს სტიმული, მაგრამ ძლიერმა შიშმა შესაძლოა გაყიდოს და გააცხადოს მისი ტყუილი.

¹²⁹ იხ., იქვე, გვ. 26

II.III ეროვნული უსაფრთხოების გარემოს გამოწვევები ფსიქოლოგიური ომის ფორმატში (ჩალრმავეებული ინტერვიუ ექსპერტებთან)

სტრატეგიული კომუნიკაციის ეფექტური განხორციელებისთვის საჭიროა ჩატარდეს საფუძვლიანი შესწავლა და კომპლექსური ზემოქმედების ქვეშ მყოფი ძირითადი მახასიათებლების (პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული, საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური და ა.შ.) მართებული გააზრება, როგორც არის: სამიზნე აუდიტორია, ამ სამიზნე ჯგუფის მრავალფეროვანი გარემოს, გარე გავლენის შესახებ და რა თქმა უნდა, მათი ეფექტურობა.¹³⁰ აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ უმნიშვნელოვანესი ასპექტია „სიტყვებისა და საქმის სინქრონიზაცია და მათი აღქმა შერჩეული აუდიტორიის მიერ, ასევე პროგრამები და ქმედებები, რომლებიც მიზანმიმართულად სამიზნე აუდიტორიის კომუნიკაციას და ჩართვას ისახავს მიზნად, მათ შორის სახალხო დიპლომატიასა და საინფორმაციო ოპერაციებთან კავშირების მეშვეობით“.¹³¹

სტრატეგიული კომუნიკაცია პირდაპირ კავშირშია ისეთ ფენომენებთან, როგორცაა პროპაგანდა (ინფორმაცია, რომელიც აყალიბებს რწმენას, იდეების გავრცელებას მათი ფართო ფენების ცნობიერებაში დანერგვისა და გარკვეული ქმედებების, ინსტიტუტების, პოლიტიკური ღირებულებების მიმართ პოზიციის ჩამოყალიბების მიზნით.) და აგიტაცია (პიროვნების ან ორგანიზაციების საქმიანობა გარკვეული ჯგუფების ან მოსახლეობის ფართო მასების პოლიტიკური აქტივობის წახალისების მიზნით).¹³²

სამწუხაროდ, ამ სივრცეში ჯერ არ ჩამოყალიბებულა დემოკრატიული მედიასაზოგადოებები და მედიაპოლიტიკის ინსტიტუტები. საბჭოთა წარსული და „ნაცრისფერი ჩრდილი“ ე.წ. აგიტპრომი, რომელიც მკაცრად აკონტროლებდა

¹³⁰ Pashentsev E., „Strategic Communication of the USA: The „Imperial Overstrain “, magazine „Peace and Politics “(Mir y Politika) #8, in Russian, Non-Commercial Partnership „Academy of Creative Technologies “, Moscow, Russian Federation, 2012, p.p 110-119

¹³¹ „National Framework for Strategic Communication“ White House Strategic Communications report to Congress, Government Information Earl Gregg Swem Library, 2010, released 17 March 2010, p.2

¹³² Ольшанский Д., и Пеньков В., „Политический консалтинг“, ЗАО издательский дом „Питер“, Москва, 2005, стр. 424-436

საბჭოთა კავშირის მედია რესურსებს, კვლავ ახორციელებს ზეწოლას დამოუკიდებელ სახელმწიფოებში უკვე დამოუკიდებელი მედიის გონებასა და საქმიანობაზე. სამწუხაროდ, საბჭოთა ჟურნალისტიკის პრაქტიკა ჯერ კიდევ ხელს უშლის დამოუკიდებელი ჟურნალისტიკის დასავლური მოდელის და სიტყვის თავისუფლების პრინციპის დანერგვას და ანალიტიკური ჟურნალისტიკის მეთოდების განვითარებას. ასეთი რთული წარსული სერიოზულ დაბრკოლებას უქმნის მედიის ეთიკური ნორმებისა და პრინციპების შემუშავებას, განსაკუთრებით დომინანტურ კონტექსტში. ე.წ. „წითელი“ და „შავი“ პიარი (ეროვნული უსაფრთხოების ტერმინოლოგიით) და პროპაგანდის ტექნოლოგიები. სამწუხაროდ, ეთიკა არ ეწინააღმდეგება პროგრამირებას, ის არის მისი ინსტრუმენტი ან რესურსი.¹³³

ასეთი მახასიათებელი ძალიან მისაღებია თანამედროვე საქართველოს მაგალითზე, მედიასივრცეში და შესაბამისად, გარედან დომინირება, ინფორმაციის შემოჭრის მაგალითზე, უფრო გავლენიანი გლობალური მედია აქტორების (მაგალითად, იგივე Sputnik და RT) თამაშობს. მნიშვნელოვანი როლი კონტრინფორმაციული ღონისძიებების დანერგვაში, მათ შორის ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციის სტრატეგიული კონცეფციის ფარგლებში. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს გლობალური აქტორების მხრიდან სწორედ საინფორმაციო ომის პერსპექტივიდან დაპირისპირებას (საქართველოს მაგალითი შეიძლება იყოს ე.წ. გავრცელების ნათელი მაგალითი. "ყალბი ინფორმაცია" რიჩარდ ლუგარის ამერიკული ლაბორატორიის შესახებ თბილისში).

2019 წელს ახალი კონსტიტუციის მიღების შემდეგ საქართველო გადავიდა პოლიტიკური განვითარების ახალ ეტაპზე, რომელიც ფუნდამენტურად განსხვავდება წინა სისტემებისგან (იგულისხმება საპრეზიდენტო და ნახევრად საპრეზიდენტო მოდელები). დღეს, ახალი კონსტიტუციით, მთელი ძალაუფლება კონცენტრირებულია პარლამენტის ხელში, რომელიც უკვე გახდა მთავარი ინსტრუმენტი საქართველოს ახალ პოლიტიკურ სისტემაში, სადაც პრემიერ-

¹³³ Гусев Д., Матвейчев О., Хазеев Р., Чернаков С., „Уши мажут ослом: Современное социальное программирование“, Backster Group, Пермь, 2002, стр. 132

მინისტრი სახელმწიფოს მეთაურია და პრეზიდენტს აქვს მხოლოდ ნომინალური თანამდებობა, თუმცა პრეზიდენტი აკონტროლებს ქვეყნის თავდაცვის ძალებს, როგორც უმაღლესი მეთაური, თავდაცვის ძალების სარდლობის მეშვეობით. მაგრამ საქართველო მაინც გადავიდა საშინაო პოლიტიკის ფარგლებში ეროვნული უსაფრთხოების დილემის დონიდან, ეროვნული უსაფრთხოების ჩიხში (ეს ტერმინი სულ ცოტა ხნის წინ შემოვიდა და ეს ტერმინი ნიშნავს შემდეგ: პოლიტიკური მმართველობის ფორმის მდგომარეობას, როდესაც ქვეყნის მთავრობის ნებისმიერი გადაწყვეტილება კიდევ უფრო ზრდის საფრთხეებისა და რისკების მასშტაბებს როგორც სახელმწიფოში, ასევე მის ფარგლებს გარეთ).¹³⁴

„ჰიბრიდული დემოკრატია“ - როგორც პოლიტიკური რეჟიმის ფორმა [ჰიბრიდული რეჟიმი - გულისხმობს, რომ ქვეყანა აერთიანებს დემოკრატიის ელემენტებს ავტორიტარიზმის ელემენტებთან.]¹³⁵ ჯერ კიდევ 2010 წელს, როცა საქართველოს პრეზიდენტი მიხეილ სააკაშვილი მართავდა.

ქვეყანამ მიიღო „ჰიბრიდული დემოკრატიის“ სტატუსი „World Democracy Index 2010“-ის მიხედვით, რომელიც შეადგინა და წარადგინა კვლევითმა კომპანია The Economist Intelligence Unit-მა. იმ წლის რეიტინგში საქართველო სხვა „ჰიბრიდულ სახელმწიფოებს“¹³⁶ შორის 103-ე ადგილზე იყო.

სააკაშვილის რეჟიმის წასვლის შემდეგ, სამწუხაროდ, ვითარება უკეთესობისკენ დიდად არ შეცვლილა, რადგან 2017 წელს საქართველომ 79-ე ადგილი დაიკავა ბრიტანული კვლევითი ცენტრის The Economist Intelligence Unit-ის ყოველწლიურ რეიტინგში.¹³⁷

¹³⁴ Magradze G., Maisaia V., „The 21st Century International Politics and „Cooperation Security“ Theory: Myth and Reality – Regional and Global Levels“, in Georgian language, Publishing House „Universal“, Тбю, 2017, p.p 76-77

¹³⁵ Гибридный режим – подразумевает, что в стране сочетаются элементы демократии с элементами авторитаризма.

¹³⁶ „В Грузии – „гибридная демократия“, грузинское информационное агенство, 2010 , Тбилиси, об., <<http://ru.saqinform.ge/news/1903/v-gruzii-gibridnaA-demokratiA-.html>> [п.п.30.03.2023].

¹³⁷ Орагвелидзе И., „Гибридный режим как форма демократии“, „Эхо Кавказа“, 7 февраля, 2017, об., <<https://www.ekhokavkaza.com/a/29025697.html>> [п п. 30.03.2023].

1) სამწუხაროდ, გავიდა კიდევ ოთხი წელი და მდგომარეობა კიდევ უფრო გაუარესდა და არსებული სიტუაციური ფაქტორების გათვალისწინებით, დიდი ალბათობით, საქართველო კვლავ დაუბრუნდა „ჰიბრიდულ დემოკრატიას“;

2) სისტემური კორუფცია

3) ეკონომიკური კრიზისი

4) ნეპოტიზმი

5) სოციალური კრიზისი

აქ, დაახლოებით, ასე შეიძლება განვიხილოთ ის ვითარება, რომელიც ამჟამად იქმნება საქართველოში და ამ ნიშნებით უკვე ნათელია, რეალურად როგორია საქმეები ქვეყნის მედიასთან მიმართებაში.

„საინფორმაციო სამოქალაქო ომი“ - პოლიტიკური ბრძოლის ახალი ფორმა

მედია საზოგადოებისთვის ამ ეტაპზე ხაზგასმულია პოლიტიკური სისტემის ბიპოლარულობა, რაც ბუნებრივად აისახება მედიის განვითარებაზე. აქვე ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ სასტიკი პოლიტიკური ბრძოლა ქვეყნის შიგნით, როგორც ზემოთ აღინიშნა, იწვევს ქვეყანაში „ჰიბრიდული დემოკრატის“ პოლიტიკური რეჟიმის დამკვიდრებას. თავის მხრივ, ასეთი რეჟიმი პროვოცირებს მასმედიის ე.წ. „ჰიბრიდული მედია“, რომელიც შეიძლება შეფასდეს პოლიტიკური გაგებით, როგორც ავტოკრატიული ინსტრუმენტების და ტექნოლოგიების გამოყენება თავისუფალ მედიასთან მიმართებაში. შედეგად, იქმნება სხვა და სხვა დონეები კონკრეტული პოლიტიკური აქტორებისგან ქვეყნის შიგნით (მთავრობა, პოლიტიკური პარტიები, სადაზვერვო სააგენტოები და ა.შ.). საქართველოში ამ რეჟიმში ფაქტობრივი ე.წ. "სამოქალაქო კიბერ ომი", განსაკუთრებით აქტიურია სოციალური და ელექტრონული მედიისა და მედიის აქტივობებთან დაკავშირებით. "სამოქალაქო კიბერ ომი" არის ახალი ტერმინი, რომელიც შეიცავს საინფორმაციო ომის ელემენტებს და ძალიან საშიში მოვლენაა არა მხოლოდ საქართველოში, მაგრამ მთელ მსოფლიოში. მაშინ, როდესაც პოლიტიკური პროცესები და ელექტრონული მედია უახლეს ტექნოლოგიებზე გადადის, საფრთხე დღითიდღე ძლიერდება. კიბერუსაფრთხოების პოლიტიკა სამოქალაქო

თვალსაზრისით მოითხოვს მუდმივ განახლებას, დახვეწას და ეფექტური პროგრამების შემუშავებას. ასევე მართალი, მიზანმიმართული საჯარო ინფორმაცია. თუ საქართველოს მაგალითს გავითვალისწინებთ და განვითარებულ მოვლენებს გავაანალიზებთ, მედიიდან აშკარად ჩანს ფსიქოლოგიური ტერორის ნიშნები. სწორედ ამ კონტექსტში უნდა აღინიშნოს და გამოიკვეთოს ახალი ტერმინი, რომელიც ასევე გამოიყენება თანამედროვე საქართველოსთვის იმ პროცესების ფარგლებში, რომლებიც ქვეყნის მედიოკრატულ სტრუქტურებში მიმდინარეობს. აქვე უნდა აღინიშნოს ტერმინი „საინფორმაციო სამოქალაქო ომი“, რომელშიც ხაზგასმულია ყალბი ინფორმაციის (ცრუ ამბების) ფაქტორიც. მედია მეთოდების განხორციელების გზით ე.წ. „შავი“ და „წითელი“ საინფორმაციო და პროპაგანდისტული ომი კონკრეტული პოლიტიკური პარტიებისა და მოძრაობებისთვის. ასეთ სამოქალაქო ომში მთავარი აქცენტი კეთდება პოლიტიკური აგიტაციის მეთოდებზე, „თემის ჩახშობაზე“ (ეს არის აუდიტორიის ყურადღების გადართვა სხვადასხვა გზით).¹³⁸ აქვე, მინდა შემოგთავაზოთ ახალი ტერმინი, რომელიც მედიებს შორის რადიკალურად შავ და თეთრ მხარეს უსვამს ხაზს, ერთგვარ პოლარობებს, როდესაც ერთ არხზე ვხედავთ ყველაფერი რამდენად „ჯოჯოხეთურად“ ცუდადაა და მეორე მხრივ, არხები, სადაც ვხედავთ, ყველაფერი რამდენად კარგადაა და სამოთხის ილუზიას ქმნიან. ტერმინი და პრობლემატიკა არ ეხება, მხოლოდ მედიას, არამედ პოზიციასა და ოპოზიციას სადაც რთულია წონასწორობა დაიჭირო. სიმართლე არ ყვირის- ასე მინდა გამოვხატო ჩემეული ხედვა, სიმართლე, მშვიდი, გაწონასწორებული და შინაგანად დადებითი ფიგურაა, თუ მას შევადარებთ სუბიექტს, ადამიანს ან თუნდაც მოვლენის აღწერას. ტერმინი: ინფორმაციის პარადოქსული/კონტრასტული გავლენის ეროვნული საფრთხე, რომელიც წარმოადგენს მასების მართვის სიმეტრიულ იარაღს და ამის თვალსაჩინო მაგალითია 2008 წლის გამარჯვების კონცერტი, ეკლესიის, ტრადიციების და ღირებულებების დემონსტრაციული პარადოქსული, კონტრასტული გავლენა.

¹³⁸ Д. Ольшанский и В. Пеньков «Политический консалтинг», ЗАО издательский дом «Питер», Москва, 2005, стр.177.

„ყალბი ამბების“ გავრცელება და თემის მაქსიმალურ უკიდურესობამდე „დაძაბვა“. გარდა ამისა, მიმდინარეობს მედიასივრცის სრული მონოპოლიზაცია. მათ შორის უნდა აღინიშნოს შემდეგი ფაქტორები და ინსტრუმენტები:

პოლიტიკური ცენზურა - აქ ე.წ. „ირიბი ცენზურა“¹³⁹ გამოყენების ეგიდით ე.წ. იმ რესპონდენტთა „შავი სიები“, რომლებიც უნდა დაიბლოკოს და არავითარ შემთხვევაში არ დაუშვან ეთერში. ასეთი „შავი სიები“ (ექსპერტების, ჟურნალისტების, პოლიტიკოსების და ა.შ.) დიდი ხანია მოქმედებს ქართულ პოლიტიკურ მედიაში (მათ შორის, ოპოზიციურ ტელევიზიაში). სხვათა შორის, სამთავრობო უწყებების მიერ ასეთი სიების შემოტანის ტექნოლოგია, საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოებისა და კრიზისების მართვის ცენტრის მაგალითზე, გამოავლინეს დამოუკიდებელმა ექსპერტებმა, რომლებიც თავად მოხვდნენ ამ სიებში ჯერ კიდევ 2015 წელს.¹⁴⁰

2) პოლიტიკური ჩართულობა - მედიის საინფორმაციო და სარედაქციო პოლიტიკის სრული კონტროლი კონკრეტული პოლიტიკური აქტორების მიერ ან მისი კარნახით;

3) პოლიტიკური შანტაჟი

4) აგრესიული პოლიტიკური კამპანია მედია საზოგადოებაში

5) აგრესიული „წითელი პიარი“ და პროპაგანდა

6) აგრესიული „შავი პიარი“ და პროპაგანდა

7) თემის გადახვევა

8) ფსიქოლოგიური მედია ომი ქვეყნის შიგნით - ეს ომი მიმდინარეობს მკაცრი ბრძოლებითა და განცხადებებით, მაგრამ მედიასივრცეში სამოქალაქო პირების მიერ და არა სამხედროების მიერ, როგორც ეს ხდება რეალური ფსიქოლოგიური ომის ფარგლებში;

¹³⁹ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ.314

¹⁴⁰ Maisaia V., „Contemporary Georgian Mass-Media Still in Transition: Problems, Challenges and Opportunities – Foreign Policy vs. Policy“ in bulletin „The Media Is the Message – Shaping Compromise in the South Caucasus“, Band 12/2016, Study Group Information, Vienna, 2016, p.p. 32-33

9) „ყალბი ამბები“ და ინფორმაციული მანიპულირება

10) პოლიტიკური მედიის გაქრობა

11) მძაფრი პოლიტიკური ანტაგონიზმი მტრის მიმართ და ღრმა მტრობა

12) საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირება და წინასწარი ყალბი გამოკითხვის გავრცელება

13) მასმედიის იდეოლოგიური დამუშავება კონკრეტული პოლიტიკური პარტიების მიერ (ეს ფაქტორი ძირითადად ეხება ტელევიზიას და სოციალურ მედიას)

14) საინფორმაციო თემის „ანულირება“.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, „მინი-სიტუაციური ანალიზის“ (სიტუაციური ანალიზი) მეთოდის ფარგლებში შეგვიძლია მოვიყვანოთ კონკრეტული მაგალითი, თუ როგორ მიმდინარეობს საქართველოში „საინფორმაციო სამოქალაქო ომი“ ინსტრუმენტის მეშვეობით – ფსიქოლოგიური მედია ომი, რომელიც დაკავშირებულია განცხადებასთან. ტელეკომპანია „იმედის“ გენერალური დირექტორის მოადგილე ტელეკომპანიის მთავარ მისიად მთავარ არხთან, ნიკა გვარამიასთან (მთავარი არხის გენერალური დირექტორი - ავტორის ჩანაწერი) და ნაციონალური მოძრაობის წინააღმდეგ ბრძოლას მიიჩნევს. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ გამოქვეყნებულ აუდიოჩანაწერში ლალიაშვილმა უხეშად უთხრა ტელეკომპანია „მაესტროს“ ჟურნალისტს, რომელიც „იმედის“ ნაწილია, რომ „ომი კიდევ უფრო გამწვავდება“ და ტელევიზიის ყველა თანამშრომელი უნდა იყოს ჩართული. ამ ომს. „ომი ახლა დაიწყო და, როგორც ვხედავ, სამწუხაროდ, ეს ომი უფრო გამწვავდება უახლოეს თვეებში. მეტი აურზაური იქნება, რომელთა შორის მთავარი დარტყმა იქნება ეკონომიკური თემები“, - ამბობს ლალიაშვილი.¹⁴¹

¹⁴¹ «Гендиректор ТВ «Имеди» объявил миссией канала войну против «Главного канала» и ЕНД», лента новстей «Грузия-Online», 09.10.2020, 13:33, смотрите: <https://www.apsny.ge/2020/soc/1602275636.php> [п.п. 08.20.2023]

სწორედ ასე გამოიყურება საქართველოში „საინფორმაციო სამოქალაქო ომის“ სცენარი, რომელიც უფრო დეტალურად უნდა იქნას განხილული მედიის საქმიანობის ანალიზის დროს გამოყენებული კვლევის სპეციალური მეთოდის კონტექსტში.

საქართველოში „ინფორმაციული სამოქალაქო ომის“ - დისკურსული ანალიზის მეთოდი

პოლიტიკური თვალსაზრისით, მედიის ყველაზე მნიშვნელოვანი დიფერენციაციაა მათი დაყოფა: ხელისუფლება, ოპოზიცია და დამოუკიდებლობა. ამ კატეგორიის მედიის განაწილება აჩვენებს სხვადასხვა, მათ შორის დაპირისპირებული ამოცანების არსებობას, რომლებიც მუდმივად არის წარმოდგენილი ინფორმაციის ბაზარზე. ზოგადად, ასეთი სტრუქტურა აჩვენებს, რომ არცერთ რეგულაციას, მათ შორის სამთავრობო რეგულაციას, არ აქვს მონოპოლია საინფორმაციო სივრცეში, რაც მიუთითებს ძალების არსებობაზე, რომლებიც მიზანმიმართულად მოქმედებენ ოფიციალური ხელისუფლების დისკრედიტაციისა და გავლენის შესუსტების მიზნით.

ამავდროულად, დამოუკიდებელ მედიას შეუძლია გააძლიეროს, როგორც მომხრე, ისე ანტისამთავრობო პოზიციები ან დაიკავოს დამოუკიდებელი პოზიცია, კრიტიკულად შეაფასოს ორივე ძალის საქმიანობა¹⁴²

სწორედ ასეთი სურათი ჩანს საქართველოსთან მიმართებაში და მედიის, მათ შორის ტელევიზიის დაყოფის ასეთი სქემა აქ მისაღებია. ამ შემთხვევაში შესაძლებელია დღევანდელი ქართული მედიის (ძირითადად ტელევიზიის) დაყოფა და მოკლედ დახასიათება. კერძოდ, ამ განყოფილებაში:

ოპოზიციური და პარტიების მიერ კონტროლირებადი მედია: 2012 წლის შემდეგ საქართველოში ბიპოლარული ტელევიზია შეიქმნა. თუ ადრე, ყალბი დემოკრატიის პირობებში, ის ერთპოლარული იყო და თითქმის ყველა ტელეარხი

¹⁴² А.И. Соловьев «Политология – Политическая теория, политические технологии», издательство «Аспект-Пресс», Москва, 2000, стр.405.

იყო ხელისუფლების რუპორი, მაშინ გამოჩნდა სამი ტელეარხი: „მთავარი არხი“, „ტვ პირველი“ და „ფორმულა“. 2004 წელს ხელისუფლებაში მოსულმა „ნაციონალურმა მოძრაობამ“ იძულებით ჩაანაცვლა „იმედი“ და „მაესტრო“ და „იბერია“ საერთოდ გაქრა ტელევიზიიდან. ძალაუფლების დაკარგვის შემდეგ ნაციონალურმა მოძრაობამ შეინარჩუნა რუსთავი 2, რომელიც ფაქტობრივად ყალბი ამბების იარაღი იყო. მას შემდეგ, რაც ევროსასამართლოს გადაწყვეტილებით ტელეარხი კანონიერ მფლობელს დაუბრუნდა, საზოგადოებაში გაჩნდა მოლოდინი, რომ მედია როგორმე დაბალანსებული იქნებოდა, მაგრამ ერთი ტელეკომპანიის ნაცვლად, რომ ყალბ ამბებზე მუშაობდა, სამი გამოჩნდა. მოგეხსენებათ, "მთავარი არხი" ძირითადად ძებნილ ექს-პრეზიდენტ მიხეილ სააკაშვილს ექვემდებარება, "ფორმულას" ძებნილი თავდაცვის ყოფილი მინისტრი დავით კეზერაშვილი აფინანსებს, "ტვ პირველი" კი ფულის გათეთრების ექსპერტიზაში ავთანდილ წერეთელს ეკუთვნის. ამ სამი ე.წ. მედიის მფლობელს აქვს პირადი ინტერესი, დაამარცხო ქართული ოცნება და ბიძინა ივანიშვილი - რაც არ უნდა ღირდეს. არც მალავენ. ნებისმიერ მოქალაქეს შეიძლება ჰქონდეს პოლიტიკური ამბიციები, ეს არის დემოკრატიის მთავარი ღირებულება. ტვ. პირველის და მთავარი არხის მფლობელები დაქირავებული ჟურნალისტების მხარდაჭერით, რომლებსაც ასევე აქვთ პირადი ინტერესები, მასკარადად ე.წ. „დამოუკიდებელ მედიას“ საკუთარი ბიზნესის გადარჩენა, სამართლიანობის თავიდან აცილება და მით უმეტეს, ხელისუფლებაში აკრძალული ტაქტიკით მოსვლა. ამ კონტექსტში უნდა გამოვყოთ, მაგალითად, კერძო „დაკვეთები“ პოლიტიკოსებისა თუ ექსპერტების დაწინაურების შესახებ, „თემის ჩახშობის“ ბრძანებები, თავად ტელევიზიის მფლობელების საინფორმაციო და ლობირების ინტერესების დაცვა და ა.შ.

დამოუკიდებელი მედია: მედიის ის წარმომადგენლები, რომლებიც იცავენ სიტყვის თავისუფლების წესებს და ჟურნალისტურ ეთიკას და არ მონაწილეობენ

„სამოქალაქო საინფორმაციო ომში“. ჯერჯერობით საქართველოს აქვს თავისუფალი პრესის ინდექსი.¹⁴³

ჭეშმარიტად დამოუკიდებელი მედია, ძირითადად ბეჭდური მედიაა, საინფორმაციო სააგენტოები და რადიოსადგურები. საქართველოში, ამ თვალსაზრისით, შეიძლება გამოვყოთ ყოველკვირეული გაზეთი „რეზონანსი“, მედიაჰოლდინგი „კვირის პალიტრა“ (მასში შედის ტელევიზია, რადიოსადგური და ყოველკვირეული გაზეთი), მედია. „ობიექტივის“ ჰოლდინგი. უფრო ობიექტურად, საქართველოში არსებულ ვითარებას აშუქებენ რეგიონული ტელევიზიები, რომლებსაც აქვთ ქვეყნის უფრო მაღალი ეთიკური სტანდარტები და ნაკლებად არიან პოლიტიზებული, ასევე ნაკლებად ხდება მათზე ზეწოლა. უფრო ნეიტრალურია რადიო „იმედიც“ და რადიო „მაესტროც“.

„ცრუ ინფორმაცია“, როგორც „წითელი პროპაგანდის“ ტექნოლოგია - სიტუაციური ანალიზი ქართული მედიის მაგალითზე

თავისუფალი პრესისა და ჟურნალისტიკის განვითარებაში და ეროვნული მედიის წინაშე მდგარი პრობლემებისა და გამოწვევების დაძლევაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს „ყალბი ამბების“ (ცრუ ინფორმაციის) წინააღმდეგ ბრძოლა. უბრალოდ, საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის წარმოების ერთ-ერთი მთავარი იარაღია „ყალბი ამბების“ გავრცელება და სპეციალური მიზნით პროპაგანდის წარმოება.

სხვათა შორის, ერთ დროს შემოიღეს სპეციალური ტერმინი "ინფორმაციული იარაღი" - ეს არის ინფორმაციის მასივების განადგურების, დამახინჯების ან მოპარვის საშუალებები, დაცვის სისტემების გადალახვის შემდეგ მათგან საჭირო ინფორმაციის მოპოვება, კანონიერი მომხმარებლების მიერ მათზე წვდომის შეზღუდვა ან აკრძალვა, დეზორგანიზაცია. ტექნიკური საშუალებების ფუნქციონირება, სატელეკომუნიკაციო ქსელების, კომპიუტერული სისტემების

¹⁴³ «Рейтинг Грузии в Индексе свободы прессы 2020 г», civil.ge, 21.04.2020 – 19:16, смотрите детально: < <https://civil.ge/ru/archives/347933>>

გამორთვა, ყველა მაღალტექნოლოგიური მხარდაჭერა საზოგადოების სიცოცხლისა და სახელმწიფოს ფუნქციონირებისთვის“.¹⁴⁴

პოლიტიკური ჟარგონების ყოველდღიურ ცხოვრებაში დამკვიდრება, რომელიც, ასევე შეიცავს „ყალბი ამბების“ კომპონენტს. აკადემიაში „ყალბი ამბების“ ცნება განისაზღვრა „ინფორმაციული მანიპულაციის“ თეორიაში, რომელიც ჩამოყალიბდა სტივენ მაკკორნაკის მიერ. 1992 წელს მაკკორნაკმა გამოაქვეყნა ორი სტატია, რომლებიც ფუნდამენტურად ითვლება ინფორმაციის მანიპულირების თეორიაში. თავის პირველ ნაშრომში მაკკორნაკი აყალიბებს ამ თეორიული ვარიანტის საფუძვლებს მატყუარა მესიჯების შექმნისა და გადაცემის ფენომენის შესასწავლად.¹⁴⁵

თეორიის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია ის, რომ გამგზავნი ირჩევს გზავნილში არსებულ გარკვეულ ფაქტებს ხელმისაწვდომი ინფორმაციისგან, მაგრამ გამოტოვებს, ცვლის ან აყალბებს სხვებს ინფორმაციის მნიშვნელოვან ნაწილს, წარმოადგენს ნახევრად სიმართლეს, რომელიც სრულად ამახინჯებს ფაქტს. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ამ საფუძველზე შეიძლება დაიყოს „ყალბი ამბების“ შემდეგი ტიპები, რადგან ერთ დროს რუსმა პოლიტიკურმა სტრატეგმა თავის წიგნში „პოლიტიკური კონსულტაცია“ მოახდინა პიარის ტიპები და ფორმები (საზოგადოებასთან ურთიერთობა - საზოგადოებასთან ურთიერთობა) პოლიტიკური კონსულტაციების ფარგლებში. ამ კლასიფიკაციის მიხედვით, შეიძლება განვასხვაოთ შემდეგი სახის „ყალბი ამბები“:

1) „ყვითელი ყალბი ამბები“ – სიახლე, რომელიც არის ფიქციური, არავითარი კავშირი არ აქვს რეალობასთან და აქვს მიზანი მთავარი აქტორის დისკრედიტაცია, ვისთვისაც მომზადდა ეს ინფორმაცია, გარდა ამისა, კიდევ ერთი მიზანია ამ მსახიობის დისკრედიტაცია;

¹⁴⁴ Шеховцов Н.П., и Кулешов Ю.Е., «Информационное оружие: теория и практика применения в информационном противоборстве», «Вестник» АВНН№1 (38), Москва, 2012, стр. 35-40

¹⁴⁵ McCornack “Information manipulation theory”, Communication Monographs 59, 1992, pp.1-16

2) "ნაცრისფერი ყალბი ამბები" - სიახლე, რომელიც გარკვეულწილად შეესაბამება რეალობას, მაგრამ ძირითადად წარმოდგენილია უარყოფითად, ანუ ხაზს უსვამს არა ყველაზე მნიშვნელოვანს და ხშირად არა კონკრეტულ თემას, არამედ გავლენას ახდენს მსახიობის (პოლიტიკოსის) რეპუტაციაზე. , პოლიტიკური ინსტიტუტი, ექსპერტი და ა.შ.) მომენტები;

3) „შავი ყალბი ამბები“ - „შავი პიარის“ ანალოგიით, მიზანშეწონილია აღვნიშნოთ, რომ ეს არის ახალი ამბები, რომელიც შექმნილია კონკრეტული პირის კომპრომიტებისთვის. ძირითადად, ასეთ სიახლეს აქვს მიზანი წარმოდგენილი ტყუილის შეთხზას.

4) “წითელი ყალბი ამბები” არის კონკრეტული ახალი ამბები ან სპეციალურად შექმნილი ახალი ამბები, რომლებიც მიზნად ისახავს ფარული საფრთხის შექმნას და კონკრეტული გზავნილის მიწოდებას აქტორისთვის, საზოგადოების (საერთაშორისო და ეროვნული საზოგადოების) მასობრივი ცნობიერების ფარული გავლენისა და მანიპულირების სახით.

„ყალბი ამბების სისტემური გავრცელება პროპაგანდის, როგორც მანიპულაციის სახეს ატარებს. მოგეხსენებათ, ტერმინი „პროპაგანდა არის ინფორმაცია, რომელიც აყალიბებს ინფორმაციას, ფართო მასების ცნობიერებაში ანგრევს იდეებს, ზოგჯერ არა მხოლოდ ჯგუფის, არამედ მთლიანად სისტემის მიმართ“.¹⁴⁶

ცხადია, რომ პროპაგანდა სწორედ მასობრივ ინფორმაციას უკავშირდება და „ყალბ ამბებთან“ ერთად, ასახავს საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის ახალი ინსტრუმენტის გაჩენას. პროპაგანდის საკითხებში ჩართული ზოგიერთი მკვლევარი პირობითად შეიძლება დაიყოს ორ ჯგუფად: პირველი: ავტორები, რომლებიც სწავლობენ პროპაგანდის თეორიულ და ისტორიულ ასპექტს და მეორე: მკვლევრები, რომლებმაც აირჩიეს თანამედროვე ინფორმაციის გავლენის თეორია,

146 Ольшанский Д., и Пеньков В., «Политический консалтинг», ЗАО издательский дом «Питер», Москва, 2005 год, стр.436

ან ასეთი ინფორმაციის ურთიერთქმედების პრაქტიკული ორგანიზაცია, როგორც შესწავლის ობიექტი.¹⁴⁷

მეორე კატეგორიის ავტორები ფაქტობრივად ადასტურებენ პოსტულატის სისწორეს, რომ პროპაგანდასა და საინფორმაციო ომს შორის კავშირი დასტურდება მრავალი გამოკვლევით და პროპაგანდა წარმოადგენს თანამედროვე საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის ბირთვს.

აქედან შეგვიძლია გამოვიტანოთ საინტერესო დასკვნა, რომ პროპაგანდა უკვე გადაიქცა საომარი მოქმედებების წარმოების არასამხედრო კომპონენტად ფსიქოლოგიური ომის პირობებში და რომ ამ ტიპის ომი შეიძლება აწარმოონ არასახელმწიფო აქტორებმა, მაგალითად, „ისლამური ხალიფატი“ კონკრეტული ტერორისტული ორგანიზაციის დონეზე.

სწორედ ასეთ შეჯიბრში, „ყალბი ამბების“ ფენომენის პროპაგანდასთან კორელაციის პროცესში შეიძლება შემოვიდეს ახალი ტერმინი, რომელიც უფრო ნათლად ასახავს საინფორმაციო ომის მნიშვნელობას არსებულ რეალობაში. ვგულისხმობ ტერმინის – „წითელი პროპაგანდის“ გამოყენებას. ამ ტერმინის ეგიდით იგულისხმება „კონკრეტული იდეების აქტიური და აგრესიული დარგვა სხვადასხვა ინსტრუმენტების დახმარებით, მათ შორის „წითელი ყალბი ამბები“, საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომი¹⁴⁸ მტრის დაშინებისა და დამხობის მიზნით და მისი სრული იდეოლოგიური რღვევა.

საქართველოს სტრატეგიულ პარტნიორებს საინფორმაციო პოლიტიკის ფარგლებში კიბერუსაფრთხოების და მედიის რეგულირების სფეროში - ევროკავშირი, ნატო, აშშ - დიდი მნიშვნელობა აქვს. ვინაიდან კიბერკრიმინალები ტრანსნაციონალური ხასიათისაა, შეუძლებელია კიბერუსაფრთხოების დაცვა

¹⁴⁷ Капралов В.В., и Черняйков М.Н., «Взаимосвязь понятий «антигосударственная пропаганда» и «информационная война», военно-теоретический журнал «Военная мысль»№1, МО РФ, Москва, Январь 2018 года стр.68-69

¹⁴⁸ კოტრიკაძე მ., „ფსიქოლოგიური ომის თანამედროვე გამოწვევები, პირველი ულტრათანამედროვე კვლევა ტყუილსა და პროპაგანდაზე თავის ტვინის იმპულსების შესასწავლად ნეიროფიდექსის აპარატი.“17th Internationaln Silk Road Conference, IBSU Uublications,Tb., თბილისი, 2023, გვ. 249-256

დამოუკიდებლად. საფრთხეების შერბილების პროცესში აუცილებელია საერთაშორისო დონეზე თანამშრომლობა.

სტრატეგიული მიდგომები და სხვა სახის ფსიქოლოგიურ ომებთან ბრძოლაში საინფორმაციო პოლიტიკის ფარგლებში მედიის რეგულირების - ნატო, აშშ - დიდი მნიშვნელობა აქვს. საქართველომ მიაღწია პროგრესს კიბერუსაფრთხოების სფეროში, მაგრამ ნატოსა და ევროკავშირის კიბერუსაფრთხოების სტრატეგიებს და მათ გამოცდილებას კვლავ დიდი მნიშვნელობა აქვს. 2014 წლის შეთანხმებით კიბერთავდაცვა კოლექტიური თანამშრომლობის განუყოფელი ნაწილი გახდა და სისტემაში საქართველოს მონაწილეობა ალიანსის ოპერაციების მხარდასაჭერად არის გამიზნული.

„ყალბი ამბები სერიოზული საფრთხეა და მისგან თავის დასაცავად ერთადერთი გზა ანალიზია. გარდა ამისა, უნდა გვქონდეს ერთი წესი, რომელიც გამომდინარეობს ეთიკის ნორმებიდან: ყველა ადამიანს აქვს უფლება დაიჯეროს ის, რაც უნდა, მაგრამ არ უნდა ჩაერთოს პროპაგანდაში, თუ ეს არ არის დაინტერესებული.¹⁴⁹

იფიქრეთ დეზინფორმაციის ნიშნებზე. შეამოწმეთ ფაქტები. იფიქრეთ იმაზე, თუ რამდენად ობიექტურად აღიქვამთ. თუ არ ხართ დარწმუნებული, ნუ გაავრცელებთ ამ ინფორმაციას.

სავალდებულო და გადაუდებელია ეროვნული საინფორმაციო უსაფრთხოების სტრატეგიის შემუშავება, რომელიც შექმნის ფუნდამენტურ საფუძველს გარედან მომდინარე კონკრეტულ ვირტუალურ და საინფორმაციო საფრთხეებთან ეფექტური ბრძოლისთვის. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში 2012 წლიდან მოქმედებს კანონი ინფორმაციული უსაფრთხოების შესახებ და ამ კანონმა საფუძველი ჩაუყარა კომპიუტერული უსაფრთხოების ინციდენტების რეაგირების ჯგუფს (CERT) მუშაობას.

¹⁴⁹ უზნაძე დ., „ზოგადი ფსიქოლოგია“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2019, გვ.121

საქართველოში და მოგვიანებით 2013 წლის მაისში მიღებულ იქნა ორი დოკუმენტი - კიბერსივრცის უსაფრთხოების სტრატეგია და 2013-2015 წლების სტრატეგიის განხორციელების გეგმა, ეს აშკარად არ არის საკმარისი საინფორმაციო გარემოში სრული უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად და გარედან მომდინარე ყოველგვარი პროპაგანდის წინააღმდეგ საბრძოლველად.¹⁵⁰ ამიტომ, ყველანაირი ძალისხმევა უნდა იქნას გამოყენებული ადგილობრივ დონეზე სრულფასოვანი ინფორმაციული უსაფრთხოების კონკრეტული მიზნის მისაღწევად;

საქართველოში და მოგვიანებით 2013 წლის მაისში მიღებულ იქნა ორი დოკუმენტი - კიბერსივრცის უსაფრთხოების სტრატეგია და 2013-2015 წლების სტრატეგიის განხორციელების გეგმა, ეს აშკარად არ არის საკმარისი საინფორმაციო გარემოში სრული უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად და გარედან მომდინარე ყოველგვარი პროპაგანდის წინააღმდეგ საბრძოლველად.¹⁵¹

ამიტომ, ყველანაირი ძალისხმევა უნდა იქნას გამოყენებული ადგილობრივ დონეზე სრულფასოვანი ინფორმაციული უსაფრთხოების კონკრეტული მიზნის მისაღწევად;

ეროვნული დონის ვირტუალური საინფორმაციო ველის მეტი დაცვის მიზნით, ცუდი არ იყო შეგვექმნა სადაზვერვო სამსახურების ერთიანი სისტემა კიბერუსაფრთხოებისთვის და საინფორმაციო თავდასხმების პრევენციისთვის. გარდა ამისა, სავალდებულო იქნება „ეროვნული თავდაცვის დოქტრინის“ შემუშავება კიბერუსაფრთხოებისა და ფსიქოლოგიური ომის შესახებ.

საქართველოში (განსაკუთრებით 2020 წლის პოსტსაარჩევნო პერიოდში) მიმდინარეობდა სამოქალაქო კიბერომი, სადაც შეიძლება განიხილოს როგორც ცალკეული სფეროები, როგორც ინტერნეტ შეტევა, ასევე საინფორმაციო ომის ელემენტები, ყალბი ამბების მასშტაბები, მათი მავნე ზემოქმედება საზოგადოების მნიშვნელოვან ნაწილზე და სოციალურ ქსელებზე. ფორმირება პოლიტიკურ ქსელებში. სამოქალაქო კიბერშეტევა არ არის მხოლოდ კომპიუტერულ ქსელებზე

¹⁵⁰ „ეროვნული ICT – საქართველოს პროფილი. ნაწილი b: ინფორმაციის უსაფრთხოება და ინფორმაციის დაცვა“, თბილისი, 2020, გვ. 25-35

¹⁵¹ იქვე, გვ.35

ან პროგრამებზე ინფორმაციის მოპოვების მცდელობა, ან იმავე ქსელებისა და პროგრამების გამორთვა; ამავე კუთხით უნდა განიხილებოდეს ტერმინი „სამოქალაქო საინფორმაციო ომი“, რომელიც 21-ე საუკუნის ახალ ფენომენად იქცა.

ამ მხრივ, ერთი მხარე იბრძვის ხელისუფლებაში დაბრუნებისთვის, მეორე ამხელს. შედეგად ვიღებთ ორ დაპირისპირებულ მხარეს და რა თქმა უნდა, საზოგადოება ზარალდება. გარედან უფრო დახვეწილი საშუალებებითა და ტექნოლოგიებით მიმდინარე საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის წინააღმდეგ ბრძოლის გაძლიერების ფარგლებში მთლიანობაში შემდეგი პუნქტები უნდა გამოიყოს. აქ გამოიყოფა ამ ომის ბრძოლის ახალი ფორმები, როცა საჭიროა უფრო ფრთხილად და დეტალურად შესწავლა და მისი ამოცანებისა და მიზნების რეალური არსის გამოვლენა.

ფსიქოლოგიური ომი, რომელსაც აწარმოებდა რუსეთის ფედერაცია ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკების, ახლა კი სუვერენული ქვეყნების, მათ შორის საქართველოს წინააღმდეგ (მაგალითად, „წითელი პროპაგანდა“ და „წითელი ყალბი ამბები“ თბილისში ლუგარის ლაბორატორიის შესახებ)

წარმოიქმნება, როგორც ახალი სამხედრო საფრთხეები და გამოწვევები, რომლებიც ძირს უთხრის ეროვნული უსაფრთხოების გარემოს და საფრთხეს უქმნის ქვეყნის სუვერენიტეტს. ასეთი საფრთხეების შესაჩერებლად აუცილებელია სტრატეგიულ პარტნიორობთან, მაგალითად, ნატოსთან თანამშრომლობის გაზრდა სტრატეგიული კომუნიკაციების ხაზის სტრუქტურულიდან, აშშ-სთან, ევროკავშირის წევრ ქვეყნებთან. ამის პარალელურად ძლიერი კონცეპტუალური და საინფორმაციო პოლიტიკის გაძლიერებისა, ინფორმაციული და ფსიქოლოგიური უსაფრთხოების სტრატეგიის ახალი მოდელის შექმნის საკანონმდებლო ბაზა. ვირტუალური ეროვნული უსაფრთხოების ახალი დოქტრინა, კი ცალკე უნდა გამოიყოს და უფრო შემოქმედებითად მივუდგეთ ინფორმაციისა და ვირტუალური (კიბერ) უსაფრთხოების სფეროში ახალი აზროვნების ჩამოყალიბებას და 21-ე საუკუნის რეალობის გათვალისწინებას.

კვლევის მიზნების განსახორციელებლად ავირჩიეთ ნახევრადსტრუქტურირებული ჩაღრმავებული ინტერვიუ. სამიზნე ჯგუფად კი ექსპერტები, რომლებსაც უშუალო შეხება ჰქონდათ „ფეიკ“ ინფორმაციის გავრცელების პროცესებთან და ზოგ შემთხვევაში თავადაც ყოფილან „ფეიკ ნიუსის“ მსხვერპლი. მათ აქვთ საკმაო თეორიული და პრაქტიკული გამოცდილება ამ სფეროში და მიმაჩნია რომ უაღრესად საინტერესოა მათი მოსაზრებების გაცნობა ამ ნაწილში.

ნახევრადსტრუქტურირებული ინტერვიუ ჩამოვართვით შემდეგ ექსპერტებს: **ზურა მხეიძე [იხ., დანართი 4 გვ. 235-243]** - ფსიქოლოგი, კომუნიკაციური უნარების მართვის ტრენერი, არის მოწვეული ლექტორი Gipa-ში. სოციალურ მეცნიერებათა სკოლაში მიჰყავს ლექციების კურსი „მართვა და კომუნიკაცია“ და მანიპულაცია კომუნიკაციის პროცესში” გამოყენებითი ფსიქოლოგიის სამაგისტრო კურსზე. 2010 წლიდან დღემდე მუშაობს ს.ს. სმარტ რითეილის ხარისხის მართვის დეპარტამენტის უფროსად. სხვადასხვა დროს კითხულობდა ლექციებს საქართველოს უნივერსიტეტში, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში, მონაწილეობდა 20- ზე მეტ კვლევისა და საკონსულტაციო პროექტებში. გავლილი აქვს პროფესიული ტრენინგები ვილნიუსში, ტარტუში და იენაში.¹⁵²

რამაზ საყვარელიძე [იხ., დანართი 9, გვ.258-259] - ის 1981 წლიდან თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ზოგადი ფსიქოლოგიის კათედრის დოცენტია; 1990–1996წწ. განათლების სამინისტროსთან არსებული გამოყენებითი ფსიქოლოგიის რესპუბლიკური სამეცნიერო ცენტრის ხელმძღვანელი; 1992-1995წწ. საქართველოს მე-3 მოწვევის პარლამენტის წევრი, 40–მდე სამეცნიერო სტატიისა და მრავალი პუბლიცისტური წერილის ავტორი. ფსიქოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი.

უჩა ნანუაშვილი [იხ., დანართი 1 გვ.220-227] დემოკრატიის კვლევის ინსტიტუტის დამფუძნებელი, რომელიც 2012-2017 წლებში იყო დაკავებული საქართველოს ომბუდსმენის ¹⁵³პოზიციაზე, ასევე 2010 – 2012 წლებში იყო ადამიანის უფლებათა

¹⁵² <https://gipa.ge/geo/lectors/show/428> [ბ.ნ 08.20.2023]

¹⁵³ ჰეივუდი ე., „პოლიტიკა“, გამომცემლობა „საქართველოს მაცნე“, თბილისი, 2008, გვ.485

სახლი გამგეობის თავმჯდომარე, 2007 – 2012 წლებში ადამიანის უფლებათა ცენტრის დირექტორი, 2000 – 2001 წლებში ორგანიზაცია Amnesty International-ის თბილისის საინიციატივო ჯგუფის კოორდინატორი, 1998 – 1999 წლებში ჰელსინკის მოქალაქეთა ასამბლეა (HCA)–ის საქართველოს ეროვნული კომიტეტის ადამიანის უფლებათა ოფიცერი,

ნიკოლოზ გაგნიძე [იხ., დანართი 2 გვ. 228-233] - კიბერ უსაფრთხოების ასოციაციის ხელმძღვანელი. ის მუშაობდა ციფრული მმართველობის სააგენტოში, თავმჯდომარის მოადგილის პოზიციაზე. მონაცემთა გაცვლის სააგენტოში, თავმჯდომარის პოზიციაზე. იკავებდა მონაცემთა გაცვლის ინფრასტრუქტურის სამმართველოს უფროსის პოზიციას. 2005-2010 წლებში ნიკა იყო ინფორმაციული ტექნოლოგიების დეპარტამენტის დირექტორი (CIO) დირექტორის პოზიციას შპს "ინტერფეისი"-ში, იკავებდა ინფორმაციული ტექნოლოგიების დეპარტამენტის დირექტორის (CIO) პოზიციას.

თამარ ჟვანია [იხ., დანართი 7. გვ. 251-253] - მინიჭებული აქვს სოციოლოგიის მაგისტრის ხარისხი და არის თბილისის ივანე ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციოლოგიის ფაკულტეტის დოქტორის ხარისხის კანდიდატი.

არის დემოკრატიის განვითარებისა და კანონის უზენაესობის ცენტრის (CDDRL) დემოკრატიისა და განვითარების პროგრამის სტიპენდიატი (სტენფორდის უნივერსიტეტი, კალიფორნია, აშშ); მინიჭებული აქვს დემოკრატიის მმართველობისა და არჩევნების სფეროში რესურსების განვითარების პროგრამის (BRIDGE) სრული ფასილიტატორის სერტიფიკატი; საჯარო სამსახურში კარიერული საქმიანობის დაწყებამდე თამარ ჟვანია საქართველოში გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) პროექტის მენეჯერი იყო, სადაც ევროკავშირის პროექტების ფარგლებში შექმნა და დაწერა საარჩევნო გარემოს განვითარებაზე ორიენტირებული პროგრამები სამოქალაქო ცნობიერების ამაღლების, პოლიტიკის განვითარებისა და ინსტიტუციური გამძლიერების მიმართულებებით; ხელმძღვანელობდა არასამთავრობო ორგანიზაციას "სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება"

(ISFED); 2011-2012წწ. 2013 წლის 11 სექტემბრიდან არის საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისიის თავმჯდომარე; როგორც საარჩევნო ადმინისტრაციის წარმომადგენელი საპარლამენტო არჩევნებს აკვირდებოდა და ასევე იმყოფებოდა საარჩევნო სისტემების საერთაშორისო ფონდის (IFES) პროგრამის ფარგლებში 2014 წლის აშშ-ს არჩევნებზე;

ექსპერტებთან განვიხილეთ საქართველოში პოლიტიკური პიარის ინდიკატორები და ეროვნული უსაფრთხოების გამოწვევები. ისინი ეთანხმებიან, მოსაზრებას რომ პოლიტიკურ პიარს აქვს უმნიშვნელოვანესი როლი შიდა და გარე პოლიტიკურ და სოციალურ პროცესებში, ასევე მასში დამკვიდრებული კულტურა, კომუნიკაციის ენა და ახდენენ გავლენას ქვეყნის უსაფრთხოებაზე.

ექსპერტ ზურაბ მხეიძის თქმით: “პიარზე როცა ვლაპარაკობთ, ის არ შეიძლება იყოს დისკრეციული, ანუ პიარი მუდმივია! პიარი მუდმივია, არა თვალშისაცემი ისე როგორც რეკლამა, მაგრამ ფონურ რეჟიმში მუდმივად უნდა არსებობდეს. არ შეიძლება დაგეგმო ერთთვის პიარი. იმიტომ, რომ ეს ერთგვარი რეკლამაა, პროდუქტის შეჩვენება! რაც შეეხება პიარს, ეს არის განწყობის შექმნა საზოგადოებაში!” მისი აზრით, პოლიტიკურ პიარს დიდი დატვირთვა აქვს პოლიტიკური პროცესების მართვასა და საფრთხეების არიდებაში, რადგან უმართავად შემოსული ინფორმაცია პრობლემას წარმოადგენს და ინფორმაციის სხვადასხვა გზით დაბლოკვაც, ასევე ინფორმაციის კოდირებაც. მაგალითად მოჰყავს უკრაინის ომის პროცესში რუსეთის მიერ Z და V სიმბოლიკის გამოყენების მაგალითი, რის შემდეგაც სხვადასხვა ქვეყნებში აიკრძალა ეს სიმბოლიკა. მისი თქმით, შესაძლოა ასეთმა ტენდენციამ ძნელად სამართავი ქაოსური პროცესები წარმოქმნას. მოჰყავს რუსეთის ომის გაშუქების არათანმიმდევრული მაგალითებიც, “ერთი მხრივ, ვლობირებთ გენდერულ თანასწორობას, მეორე მხრივ მუდმივად გვესმის, რომ ომში ქალები და ბავშვები იღუპებიან, თუმცა სტატისტიკურად ცხადია მამაკაცები უფრო მეტია გარდაცვლილი” ამბობს ის. მსგავსი ტენდენცია, გამოყენებულია ერების ემოციურ გავლენებზე ზემოქმედებისთვის. “ტყუილი შემოქმედებითი პროცესია, სიმართლეს შემოქმედება არ სჭირდება”. მეცნიერის მოსაზრებით, ცივილიზაციის გლობალურ პრობლემას წარმოადგენს პიარის

მანიპულაციებში ტყუილის და ყალბი ინფორმაციის ტირაჟირება, მაშინ როდესაც სისხლის სამართლის პასუხისმგებლობა ადამიანის მკვლელობა და არად მიიჩნევა ადამიანის სიტყვით განადგურება, ცილისწამება, გაშავება და ადამიანის უფლებების უხეში დარღვევა მართლმსაჯულების მიღმა რჩება. ასევე, არ ითვალისწინებს კანონი სიმართლით განადგურებულის დაცვას, რადგან ადამიანს აქვს უფლება გააჩნდეს საჯაროდ გაუცხადებელი პირადი ინფორმაცია, რომლის გასაჯაროებასაც შესაძლოა ძალიან მწვავე რეაქცია მოჰყვეს როგორც საზოგადოების მხრიდან, ასევე მისი სოციალური გარემოცვის წრეში. “ტყუილს აქვს ადაპტაციის ფუნქცია, ზესოციალური ადაპტაციის მექანიზმი, თუ კი ბავშვს ეშინია არასდროს იტყვის სიმართლეს, რადგან იცის რომ დაისჯება, შესაბამისად ის ადაპტირდება სიტუაციასთან და თავს იცავს. ვექტორი ორია, არ აქვს მნიშვნელობა ადამიანია თუ სახელმწიფო.” მისი თქმით, ეს ორი ვექტორია: “შევინარჩუნო ჩემი სტატუსი”, ან მეორე “გავზარდო ჩემი სტატუსი სხვის თვალში.”

ფსიქოლოგიური ომების რანგში განიხილავს რამაზ საყვარელიძე პიარის მოქმედებას პოლიტიკურ პროცესებში. მისი თქმით: პოლიტიკური პიარი რამდენიმე ვარიანტს გულისხმობს. ყველაზე უფრო გავრცელებული ვარიანტი არის ხელისუფლებისთვის ბრძოლაში პოლიტიკური სუბიექტის (პარტიის ან პოლიტიკოსის) პრ-ი კონკურენტის დამარცხებისთვის. ეს ქვეყნის შიგნით მიმდინარე ფსიქოლოგიური ომია. როგორც ყველა ომში, აქაც კანონები არ არსებობს - ცრუ ბრალდებიდან ცრუ განდიდებამდე ამ ტიპის პოლიტიკური პრ-ი ყველაფრის უფლებას აძლევს საკუთარ თავს. ამ ელემენტებს იყენებს პრ-ი არჩევნების წინ. იგივე ხდება ხავერდოვანი რევოლუციების დროსაც და სწორედ ამით არის ის ქვეყნისთვის სახიფათო - შეიძლება მტერმა ისარგებლოს და შეცვალოს მისთვის მიუღებელი ხელისუფლება (მაგალითები - გარედან ხელშეწყობილი ხავერდოვანი რევოლუციები). პოლიტიკური პრ-ის მეორე ვარიანტია ეგრეთ წოდებული სახელმწიფო პიარი, როცა სახელმწიფო ეწევა ქვეყნის ან მისი რომელიმე პროგრამის პრ-ს ქვეყნის შიგნით და ქვეყნის გარეთ. მაგალითია, სამხედრო სტრუქტურის პიარი, რაც მნიშვნელოვანია უსაფრთხოებისთვის; ძლიერ პარტნიორთან ურთიერთობის პრ-ი და ა.შ. აღნიშნავს, რომ პოლიტიკური პიარს

უმნიშვნელოვანესი გავლენა აქვს პოლიტიკური ლიდერის ფორმირებაშიც, “ყველა პოლიტიკა იყოფა საჯარო და დახურულ ნაწილად, მათ შორის - ლიდერის პოლიტიკაც. მისი საჯარო ნაწილი დეტალურად უნდა ჰქონდეს გაწერილი ლიდერის პრ-ის ჯგუფს. რაც შეეხება ფარულ ნაწილს, ამავე ჯგუფს მოფიქრებული უნდა ჰქონდეს პრ-ის მხრივ მომგებიანი ვერსია, თუ გაჟონავს ინფორმაცია ფარულ პოლიტიკაზე”. აქვე უნდა აღინიშნოს, რამაზ საყვარელიძის მოსაზრებები, რომელიც მის ნაშრომში “ჰიპნოზი ფსიქოლოგიური საუბრები”, სადაც ის აქტიურად საუბრობს ლიდერის მნიშვნელობაზე და სიტყვა ქარიზმას ხსნის მაქს ვიბერის ხედვიდან “ ის ადამიანებს, რომლის მიმართ სხვები ავლენდნენ უკრიტიკო დამოკიდებულებას, ქარიზმატული ლიდერი უწოდა” ¹⁵⁴მისი თქმით დღესაც აქტუალურია ქარიზმატული ლიდერი მოთხოვნათა კლასიფიკაციაში, რომლის მიმართაც გაუცნობიერებელი სიმპათია უჩნდება საზოგადოებას მისი მოსაზრებით: “ქარიზმატული ლიდერი ადამიანებს აიძულებს არა თოფით და იარაღით, არამედ ფსიქოლოგიური გავლენით, ეს იგივე გავლენაა რასაც ჰიპნოზში ვხვდებით.” ამბობს რამაზ საყვარელიძე.¹⁵⁵ აქვე ახსენებს ავტორი პლაცებო ეფექტს და ამბობს რომ ამგვარი ჰიპნოზი პოლიტიკაში პლაცებო ეფექტის მქონეა.¹⁵⁶ “პლაცებო ეფექტი ბევრია პოლიტიკურ და რელიგიურ ლიდერებთან, რადგან

¹⁵⁴ იქვე, გვ.179

¹⁵⁵ რამაზ ს., ჰიპნოზი,“ ფსიქოლოგიური საუბრები“, აზროვნების აკადემიის გამომცემლობა, თბილისი, 2023, გვ 179 -188.

¹⁵⁶ პლაცებო ეფექტი ტერმინის განმარტება - პლაცებო ეფექტი მაშინ ჩნდება, როცა ექსპერიმენტის მონაწილეები ექსპერიმენტული მანიპულაციის ჩარევის გარეშე იცვლიან ქცევას, რაც, ცხადია, მოქმედებს კვლევის შედეგებზე. ტერმინი მედიცინიდან მოდის, სადაც იმ შემთხვევების აღსანიშნად გამოიყენება, როცა პაციენტის ჯანმრთელობის მდგომარეობა ქიმიურად ინერტული წამლის მიღების შემდეგ მაინც უმჯობესდებოდა. ჯანმრთელობის მდგომარეობის გაუმჯობესება მხოლოდ იმ რწმენის გამო ხდება, რომ მკურნალობა ეფექტური იქნება. კვლევებით დადასტურდა, რომ ზოგიერთ არასამედიცინო ეფექტის მქონე მკურნალობა პაციენტთა დაახლოებით 70%-ში პლაცებო ეფექტს იწვევს. ფსიქოლოგიური კვლევის სიტუაციაში პლაცებო ეფექტი ჩნდება ყოველთვის, როდესაც ქცევით რეაქციაზე ზემოქმედებას ახდენს პიროვნების მოლოდინი, რა უნდა გააკეთოს, ან რა იგრძნოს და არა — რეალური სტიმული. მაგალითად, თუ ვსწავლობთ, როგორ იცვლება ადამიანის ქცევა აგრესიული ფილმების ყურების შემდეგ და აღმოვაჩინეთ, რომ იმ მონაწილეებმაც მაღალი აგრესია აჩვენეს, რომლებსაც არ უყურებია აგრესიული ფილმებისთვის, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ისინი ხვდებიან, რომ რადგან აგრესიის საკვლევ სიტუაციაში მოათავსეს, მათგან აგრესიის გამოვლენას ელიან და ამიტომ მეტ აგრესიულობას ავლენენ კიდევ. ექსპერიმენტატორს ყოველთვის უნდა ახსოვდეს, რომ ადამიანები ცვლიან ქცევას, როცა იციან, რომ მათ ვიღაც უცხო უყურებს, აკვირდება და/ან ასხვა შემთხვევაში მოიქცეოდნენ. პლაცებო ეფექტის აღმოსაფხვრელად მკვლევრები პლაცებო კონტროლს იყენებენ. <http://dictionary.css.ge/content/placebo-effect> [ბ.ნ 07.06.2023]

ლიდერების დიდ ნაწილს ქარიზმა ახლავს¹⁵⁷ საკითხს სიღრმისეულად განიხილავს რამაზ საყვარელიძე და აქცენტს ქარიზმატული ლიდერების ტექსტებზეც აკეთებს. მისი თქმით როდესაც მეცნიერებმა ლიდერების ტექსტები შეისწავლეს მათი ერთ-ერთი სპეციფიკა იყო ის რომ აღნიშნული ტექსტები ლოგიკას იყო მოკლებული.”მალიან ხშირად, რასაც დასაწყისში ამბობდა ორატორი, იმის საწინააღმდეგოს ამბობდა ბოლოში, შუაში კი სულ სხვა საკითხებთან მიდიოდა. სავარაუდოა, რომ ამ ალოგიკურობაში არის ქარიზმატულობის ერთ-ერთი მექანიზმი.”¹⁵⁸ ავტორის მოსაზრებით, თუ სპიკერი ლოგიკურად ააგებს ტექსტს გამოიწვევს მსმენელის კრიტიკას, ალოგიკურობის დროს კი ფსიქიკამ ან აზროვნება ანუ ლოგიკა უნდა გათიშოს ან აღქმაზე უნდა თქვა უარი. ამ პროცესს, რამაზ საყვარელიძე ბოშების ჰიპნოზს ადარებს, სადაც ქაოსური ტექსტებით თიშავენ ობიექტს. საბოლოოდ კი დაასკვნის “ არალოგიკური ტექსტებით ცნობიერების გათიშვა ჰიპნოზის ტექნიკაშიც გვხვდება და ქარიზმატული ლიდერების რიტორიკაში.”¹⁵⁹

აქვე უნდა გავიხსენოთ ერის ფრომის ნაშრომი “გაქცევა თავისუფლებიდან” სადაც ავტორი დეტალურად აღწერს ადამიანის მოთხოვნილებას იყოს კონფორმული, მორჩილი. აღწერს, რამდენად რთულია ადამიანისთვის იყოს დამოუკიდებელი და თავისუფალი, რადგან ეს პროცესი საკმაოდ დისკომფორტულია მისთვის. რამაზ საყვარელიძე სვამს რიტორიკულ კითხვას: “ჰიპნოზის ქვეშ ყოფნა უფრო კომფორტულია თუ სიფხიზლე?” და თავად პასუხობს -”პასუხი ცალსახაა - ჰიპნოზის ქვეშ ყოფნა უფრო კომფორტულია პიროვნებისთვის, ვიდრე ფხიზელი და საბრძოლო მდგომარეობა.”¹⁶⁰

საკითხის განსხვავებულ ჭრილში დასანახად მივმართე ნეიტრალურ ექსპერტებს, როგორც არის საქართველოს ყოფილი სახალხო დამცველი, ყოფილი ცენტრალური საარჩევნო კომისიის ხელმძღვანელი და კიბერ უსაფრთხოების მიმართულების მოქმედი ექსპერტი.

¹⁵⁷ იქვე. გვ. 178

¹⁵⁸ რამაზ ს., „ჰიპნოზი, ფსიქოლოგიური საუბრები“, აზროვნების აკადემიის გამომცემლობა, თბილისი, 2023, გვ. 179 -181

¹⁵⁹ იქვე. გვ.181

¹⁶⁰ იქვე. გვ.185

ყოფილი სახალხო დამცველი უჩა ნანუაშვილი, თავად მრავალჯერ გამხდარა ყალბი ინფორმაციის მსხვერპლი, მისი თქმით: სახალხო დამცველი არის ყველაზე გახსნილი ორგანო. ყველა ინფორმაცია რომელიც გროვდება სხვადასხვა სტრუქტურაში და იქ ვერ გვარდება თავს იყრის რეალურად ინსტიტუტში და იმის გამო რომ კონსტიტუციურად დამოუკიდებელია, თუმცა აბსოლუტურად დამოუკიდებელი არც ერთი ორგანო არ არის საქართველოში, აღნიშნავს უჩა ნანუაშვილი. სახალხო დამცველს აქვს წვდომა აბსოლუტურად ყველა ინფორმაციაზე, მათ შორის დახურულ, გრიფით საიდუმლო და მკაცრად საიდუმლო ინფორმაციაზეც. იგივე პენიტენციურ დაწესებულებებში, ფსიქიატრიულ დაწესებულებებში, სამხედრო ნაწილში და სხვა. სახალხო დამცველის უწყებას საქართველოში უფლება აქვს დაიცვას სახელმწიფოს მხრიდან შევიწროებული პირი, მას შეუძლია საქმის ირგვლივ ძიება დაიწყოს როგორც მომართვის საფუძველზე, ასევე მისი ინიციატივით. ბევრ ქვეყანას მისი თქმით, ასეთი რეგულაცია, რომ სახალხო დამცველმა თავად აღძრას საქმის ძიება, ან შესწავლა არ გააჩნია. თუმცა თუ პირი ცრუ ინფორმაციის ან რაიმე სხვა ტიპის დანაშაულის მსხვერპლია და დამნაშავედ არ მოიაზრება რომელიმე სახელმწიფო უწყება სახალხო დამცველი ამისამართებს სასამართლოსთან და თავად არ შეისწავლის მოცემულ პროცესებს. ასევე, უჩა ნანუაშვილის თქმით ყოფილა შემთხვევები, როდესაც ინფორმაციის გასაჯაროება აზარალებდა მსხვერპლს და ამიტომ არ მომხდარა მოცემული დეტალების გამჟღავნება დაზარალებულის ინტერესებიდან გამომდინარე.

რაც შეეხება მედიაში გავრცელებულ ცრუ ინფორმაციას, სახალხო დამცველი გვიზიარებს ინფორმაციას, რომ არსებობს “ქარტია” რომელიც არეგულირებს ინფორმაციის ვალიდურობას, ასევე თავად ფეისბუქი ბლოკავს მცდარ ინფორმაციას, თუმცა ექსპერტის წარმოდგენით, ასევე მნიშვნელოვანია “მედიის პროფესიონალიზმის განვითარება, მაგალითად ყველას ნამდვილად არ უნდა ერქვას ჟურნალისტი და მედია! ალბათ უნდა არსებობდეს რაღაც სტანდარტები, რადგან დღეს ყველა არის ჟურნალისტი!” მოიხსენიებს ბიზნესსაც, რომელსაც არ აქვს სათანადო რესურსი მედიის ხელშესაწყობად, ფონს, რომელიც მხარდამჭერია

ყალბი ინფორმაციის გავრცელებისთვის “პოლიტიკური სიტუაცია, სოციალ-ეკონომიკური, ძალიან ბევრი ფაქტორია ქვეყანაში ხელშემწყობი, პროპაგანდაც და ფეიკ ნიუსებიც არის ძალიან პოპულარული, იმიტომ რომ არის საკმაოდ კარგი ნიადაგი მისი გავრცელებისთვის. როცა კონკრეტულ პირებს აქვთ კონკრეტული სარგებლის ინტერესები”. უჩა ნანუაშვილი საუბრობს „ფეიკ ნიუსის“ გავრცელების სტილსა და თანმიმდევრობაზე. ექსპერტის თქმით, “ხშირად იყო ასეთი შემთხვევა, რომ იყო კონკრეტული, აქტუალური საკითხი და ვრცელდებოდა სრულიად არაადეკვატური „ფეიკ ნიუსი“ და გადაუფარია მნიშვნელოვანი თემა”. რაც შეეხება ტყუილი ინფორმაციის გავრცელებას ან გადაფარვას ის გვიზიარებს, რომ უკუკავშირის პროცესი უწყებების მხრიდან მიმდინარეობს პოსტფაქტუმ რაც აზარალებს სრულ პროცესს, არ ხერხდება რეაგირების დაგეგმვა შესაძლო მოვლენებზე, რაც ფორსმაჟორში ამყოფებს ქვეყანას.“ ჩვენთან რეალურად პრობლემა სხვა მიმართულებით არის დაგეგმვა არაფრის არ ხდება, მოქმედება მიმდინარეობს მდგომარეობიდან გამომდინარე, კონკრეტული გადაწყვეტილების მიღება ხდება ფაქტზე რეაგირებით და არა მანამდე. ქვეყანა ფაქტობრივად არის რეაგირების რეჟიმში. მათ შორის პოლიტიკოსების, მათ შორის მაუწყებლების, არსებობს ქალაქზე სტრატეგიები, რომლებიც გააჩნიათ, თუმცა მაინც ასე ხდება შემთხვევებიდან შემთხვევებამდე რეაგირება, როდესაც აქტუალური ხდება კონკრეტული თემა. იმდენად არაპროგნოზირებადია ის გარემო, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, რომ შეიძლება რაღაც გარემოების გამო დაგვიანდეს თემის აქტუალიზება ამიტომაც ფეიკ ნიუსები შემდეგ ვრცელდება”. საინტერესო აქცენტი გაკეთდა უცხო ქვეყნების ინტერესებზე, რომლებიც გარკვეულ „ფეიკ კამპანიებს“ აფინანსებენ და უძღვებიან კიდეც, ზოგიერთი დღესასწაული ან აქტივობა შეიძლება არ იყოს გაჯერებული ტყუილითა და პროპაგანდით ზოგ წელს კი იგივე დღესასწაული ან აქტივობა გახდეს დიდი აჟიოტაჟის საგანი და ამ ფაქტორს უჩა ნანუაშვილი უცხოურ ინტერესებს უკავშირებს, იხსენებს ლგბტ თემის აქციებზე მომხდარ მოვლენებსაც. ფაქტობრივ მასალას თუ გადავხედავთ, ამბობ ის რეალურად არავინ ისჯება ან იმდენად მცირე დოზებით ისჯება, რომ რთულია ამ კუთხითაც პროცესის გაკონტროლება. “ჩემი აზრით ტყუილი არის ტყუილი! კი

ამბობენ, რომ არსებობს ნახევრად ტყუილი, ნახევრად სიმართლე, მაგრამ ჩემთვის ტყუილი ტყუილია!” გვეუბნება უჩა ნანუაშვილი და გვიზიარებს მის გამოცდილებას ფეიკ ნიუსებთან, როდესაც ბევრჯერ ყოფილა მისი მსხვერპლი და მისი სისუსტე იყო დაგვიანებული რეაგირება, რაც მისივე აზრით აუცილებლად უნდა აღმოიფხვრას მართვის პროცესებიდან. ყოფილი სახალხო დამცველი მასზე გავრცელებულ ფეიკ ნიუსებსაც გვიზიარებს და გვიყვება: “მაგალითად ისიც წავიკითხე რომ ერთ-ერთ მინისტრთან მქონდა დაპირისპირება რომელიც თითქოს გამოიწვია იმან, რომ მანქანით დააჯარიმა ჩემი ოჯახის წევრი. 17 მაისს ლგბტ თემის აქციაზე მისვლის გამო გამომაცხადეს ლგბტ პირად, იყო ასეთიც, რომ იელოვას მოწმე გამხადეს. სადაც მივიდოდი ის მბრალდებოდა. იმიტომ, რომ ერთ დღეს ერთს იცავ, მეორე დღეს მეორეს და მესამე დღეს სხვას და ასე მუშაობ ყველა ჯგუფთან და ორგანიზაციასთან, მათ შორის უმცირესობებთან. მისი აზრით დაგროვილი ნეგატივი იწვევს რევოლუციურ სცენარებს, ამიტომ ერთგვარი “ორთქლის გამოშვება” შეიძლება იყოს გამოსავალიც და შველაც: “მე სულ ვამბობდი, როდესაც გროვდება ნეგატივი ინსტიტუტებში სადაც არ განიმუხტება. ორთქლი უნდა გამოუშვა, რომ სადღაც აქვე გამოსწორდეს, თუ არ გამოსწორდება შემდეგ უკვე ქუჩაში მიდის. გროვდება ეს პრობლემა და უფრო რთული ხდება მისი გადაწყვეტა. ამას მოსდევს რეალური პრობლემები და რევოლუციური სცენარები, როცა სახელმწიფოს თავის დროზე, თავის ადგილას არ მოუგვარებია რეალური პრობლემა. რატომ იყო რომ სასაჯელაღსრულებაში გროვდებოდა ეს პრობლემები, შემდეგ კი პრაქტიკულად არ იყო, შემდეგ სხვა პრობლემები სხვა სტრუქტურებში წარმოიქმნა. ამის ახსნა მიწევდა მუდმივად! როდესაც უწყებას ვაკრიტიკებ კონკრეტულ პირს კი არ ვაკრიტიკებ, გლობალურ პრობლემაზეა საუბარი.”

იმისათვის, რომ უფრო დეტალურად მეკვლია, რა მნიშვნელობა აქვს თანამედროვე საინფორმაციო-ფსიქოლოგიურ ომში კიბერ უსაფრთხოების როლს ჩაღრმავებული ინტერვიუ ნიკოლოზ გაგნიძესთან ჩავწერე, რომელიც “კიბერ უსაფრთხოების ეროვნული ასოციაციის” თავმჯდომარეა. მას ამ სფეროში ხანგრძლივი მუშაობის გამოცდილება აქვს და პრაქტიკულად იმ ერთეული ადამიანების რიცხვშია, ვინც საქართველოში ამ ტიპის სისტემების მოწყობაში უშუალოდ იღებდა მონაწილეობას

ექსპერტის თქმით, ინფორმაციის დაცვას აქვს საერთაშორისო სტანდარტი, რომლის მიხედვითაც ხდება მისი მართვა, შენახვა და გავრცელება. ნიკოლოზი მთელ პროცესს აღვიწერს და აღნიშნავს: “ასპროცენტის დაცულობა არ არსებობს, თუმცა შესაძლებელია მაქსიმალურად დაიცვა შენი ინფრასტრუქტურა და ინფორმაცია სხვადასხვა კონტროლის მექანიზმების დანერგვით რაც ხელს უშლის სხვებს შემოღწევისაგან, ან ინფორმაციის მოპარვისაგან, ამ ტექნიკურმა მხარემ როგორ უნდა განახორციელოს თავის ქმედებები, ამას გარდა ადამიანის ქცევა როგორი უნდა იყოს კორპორაციაში, ორგანიზაციაში, ინფორმაცია ერთმა ადამიანმა ვის უნდა გაანდოს, ვის უნდა მისცეს, გასცეს, შეინახოს, არ უნდა შეინახოს, ეს ხომ წესებს ექვემდებარება” უნდა არსებობდეს არქივირების პროცედურა, ვადები და ხელმისაწვდომობის რეგულაცია. დამრღვევისადმი საკანონმდებლო სანქციები არ არსებობს, თუმცა არსებობს ორგანიზაციები რომლებიც კრიტიკული მნიშვნელობის რგოლშია და მასზე საკანონმდებლო პროცედურები ვრცელდება, რადგან მათი მწყობრიდან გამოსვლის შემთხვევაში ქვეყნის უსაფრთხოებას ექმნება საფრთხე. ექსპერტის აზრით, ორგანიზაციები ორ ჯგუფად იყოფა კრიტიკულ და არაკრიტიკულ ორგანიზაციებად. კრიტიკულ ორგანიზაციებს კანონის მიხედვით ვალდებულება აქვთ, რომ აუდიტის ანგარიშები ინციდენტების შესახებ თავის ზედამხედველს და ზედამხედველობა კი განაწილებულია სფეროების მიხედვით. მაგალითად სახელმწიფო უწყებებს და კომუნიკაციის ორგანოებს ზედამხედველობს სუსის ოპერატიულ-ტექნიკური სააგენტო, ეროვნული ბანკი ზედამხედველობს ბანკებს და ასევე სავალდებულოდ იგზავნება ინფორმაცია ციფრული მმართველობის სააგენტოში, რომელიც თავის მხრივ ზედამხედველობს კერძო სექტორის ორგანიზაციებს. როგორებიც არიან სადაზღვევო კომპანიები, ენერჯო კომპანიები, ტრანსპორტის კომპანიები და როგორც ვიცი სულ მალე ჯანდაცვის სექტორის კომპანიებიც შევლენ ამ სიაში. და თავდაცვის სფეროს ზედამხედველობს კიბერუსაფრთხოების ბიურო, რომელიც არის თავდაცვის სამინისტროს სიპი. ნიკოლოზი გაგნიძე გვამღევეს რეკომენდაციებსაც, რომელთა დახმარებითაც ორგანიზაციების დაცულობა მეტწილად იქნება უზრუნველყოფილი “ჰყავდეთ კიბერ უსაფრთხოების სპეციალისტები შეიძლება

ამის ბიუჯეტი არ გააჩნდეთ და ეს მომსახურება იყიდონ კომპანიებისაგან რომლებიც ამას აუთსორსზე სთავაზობენ. მათ ჯობია რომ ერთმანეთთან იქონიო კავშირი და ინციდენტების შესახებ ინფორმაცია გაცვალონ ხოლმე გააზიარონ, რადგან წარმატება კიბერუსაფრთხოების მიმართულებით თავდაცვის ნაწილში დიდწილად დამოკიდებულია ინფორმირებულობაზე და დროულად ინფორმაციის გაცვლაზე. ახალ თაღლითურ ქსელებს უნდა დაუხვედროთ თანამედროვე ტენოლოგიები. მთავარია ქმედება კორპორაციულ დონეზე და ყველა თანამშრომლის ინდივიდუალური ქმედება, საშიშროება შესაძლოა მოდიოდეს 80% თავად თანამშრომლისგან. “ ნიკოლოზ გაგნიძეს უკრაინის ომთან დაკავშირებით გამოჩენილ “ანონიმუსის”¹⁶¹ ჯგუფზე დავუსვი შეკითხვა და მისი არსებობის მნიშვნელობაზე გავამახვილე ყურადღება. ის მომენტალური დაუცველობის განცდა რაც მათი გამოჩენისას სამყაროში საზოგადოებამ განიცადა, მეორე მხრივ კი მნიშვნელობა მტრის ბანაკში არსებული ინფორმაციის გაცხადებისა. სწორედ ამ რისკების შეფასება ვთხოვეთ რაზე შემდეგი პასუხი მივიღე “რადგან ეს ყველაფერი არის მოპარული, ეს არის ჩვეულებრივი თაღლითების ჯგუფი, რომლებმაც თითქოსდა აზარალეს რუსეთის მხარე და უკრაინაში გაჩნდა სიმპათიები მათ მიმართ. თუმცა როგორც რუსეთის მხარე აზარალეს, ხვალ აზარალენ ჩვეულებრივ ბანკს მაგალითად სხვა ორგანიზაციას”. ექსპერტის მოსაზრებით, მსგავსი ქმედებების განმეორება შეიძლება გრძელ ვადაში ძალიან სახიფათო აღმოჩნდეს სამყაროს ბიზნესებისთვის. ანონიმუსის მესიჯები კი მედიაში კი ასე ჟღერდა: “ჩვენ ანონიმუსი ვართ, ჩვენ ლეგიონი ვართ, ჩვენ არ ვპატიობთ, გველოდეთ”.¹⁶²

თამარ ჟვანია, პიროვნება, რომელიც წლების მანძილზე მართავდა პროცესებს საქართველოს ცენტრალურ საარჩევნო კომისიაში და დღესაც უცხოეთში იგივე პროფილით შეარჩიეს და მოღვაწეობს საარჩევნო პროცესებში, როგორც ექსპერტი

¹⁶¹ <https://metronome.ge/story/397391> “ანონიმუსი” რუსეთის მიერ უკრაინის ხელში ჩაგდების გეგმას აქვეყნებს [ბ.5 02.03,2022]

¹⁶² <https://primetime.ge/news/omi-ukrainashi/ra-vitsit-anonymous-is-hakerul-dajgufebaze-chven-vart-legioni-chven-ar-vpatiobt-chven-ar-vivitsyebt-gvelodet> [22.02.2022]

და ხელმძღვანელი, მეორე მხრივ კი თავად არაერთგზის ფეიკ ნიუსის მსხვერპლი, ტყუილის ტირაჟირებას და ინფორმაციას მართვის პროცესებს, პიარის მნიშვნელობას ამ სფეროში შემდეგნაირად უყურებს: ქვეყნის უსაფრთხოების საკითხი, როგორც თემა და პროგრამა, შეიძლება წარმოადგენდეს პოლიტიკური პრ-ის კონკრეტულ მიმართულებას, რომელიც შემუშავდება მოსალოდნელი გარე და შიდა საფრთხეების ანალიზის საფუძველზე და მიმართული იქნება საზოგადოებრივი აზრის იმგვარად ჩამოყალიბებაზე, რომელიც გარანტირებულად დაუჭერს მხარს პოლიტიკური მოთამაშის მიერ ქვეყნის უსაფრთხოების გარანტირების უზრუნველსაყოფად გადადგმულ ნაბიჯებს. “თუ საზოგადოებაზე პროპაგანდის ზეგავლენა დიდია, მაშინ მათი რეზისტენტულობა იკლებს”. თამარ ჟვანია ეხება პოლიტიკური პიარის როლსაც პოლიტიკური ფიგურის ფორმირებაში და მისი აზრით პოლიტიკური პრ-ს ძირითადი წარმმართველი სწორედ პოლიტიკური ლიდერია; “ლიდერის პოლიტიკის ფორმირება პირდაპირ კავშირშია იმ სტრატეგიასა და მიზნებთან, რაც ზოგადად ხორციელდება პრ-ის მეშვეობით. პრ უზრუნველყოფს პოლიტიკური ლიდერის პოზიციონირებას, მის საზოგადოებასთან კავშირს და ურთიერთობას, ძირითადი გზავნილების გაჟღერებას და ამავდროულად პოლიტიკური რეპუტაციის შექმნასა და შენარჩუნებას.” ხოლო მისი აზრით, პიარის ფუნქციები მკაცრად განსაზღვრული და მკვეთრია: “ზუსტი სტრატეგიის და მიზნის განსაზღვრა, სამიზნე აუდიტორიის ჩამოყალიბება, მესიჯის შემუშავება, კომუნიკაციის საშუალების შერჩევა. ამავდროულად მნიშვნელოვანია მედიასთან კარგი ურთიერთობების ჩამოყალიბება, პოზიციონირების იმგვარი ტექნიკა, რომელიც საზოგადოებისთვის იქნება მისაღები და დადებითი. ასევე, მნიშვნელოვანია საზოგადოების განწყობებისა და მოლოდინების შესწავლა, მოსალოდნელი კრიზისებისთვის მზადყოფნა, მათი მართვა და მხარდამჭერების ჩართვა ზოგადად პრ-ის პროცესში.

“

ლიდერის პოზიციონირებას პოლიტიკაში ზურა მხეიძე ასე განმარტავს : “ლიდერი უნდა უყვარდეთ ეს არის კრიტერიუმი იმისა, რომ მიიღონ და ეს არის ზუსტად შეცდომა. უნდა აირჩიო საქმის გამკეთებელი, არ არის აუცილებელი გიყვარდეს,

მცდარი წარმოდგენა აქვთ!” მიაჩნია რომ ემოციურ კავშირებზეა დამყარებული რაც მცდარია და უარყოფით შედეგებზე გავყავართ, ასევე მაღალი მაჩვენებლით არჩეული ლიდერი თავის თავში მოიცავს მაღალ უარყოფას გარკვეული ემოციური ცვლადის შეცვლის შემდეგ “სხვას თუ მოსწონს, მე არ მომწონს და ამით ვარ გამომჩენილი მაგალითად: დოსტოევსკი სუსტი მწერალია! გალაკტიონის ლექსები არ მიყვარს! დიდია წინააღმდეგობა და ეს წარმოაჩენს პერსონას! ამიტომ გამოდის რომ 95 და 98 პროცენტო, როდესაც ხმას მაძლევს თვითონ კანდიდატისთვისაა სახიფათო, ამდენი თუ გაძლევს ხმას უნდა მიხვდე, რომ ასეთ რადიკალურ დამოკიდებულებას ტოტალური რეაქცია ექნება ცოტა ხანში. “ ზურა მხეიძე აზროვნების აკადემიის მიერ გამოცემული წიგნში ყურადღებას ამახვილებს მაღალ და დაბალ თვითშეფასებაზე, მისი თქმით: კვლევებმა აჩვენა, რომ ის ვისაც მაღალი თვითშეფასება ჰქონდა გაცილებით უფრო მოწყვლადი იყო საწინააღმდეგო სიტუაციაში, მაგალითად “ რამდენი პროცენტია მოეწონო იმ ადამიანს, ვინც შენ გაინტერესებს? გვიპასუხებს 100%. შემდეგ თუ იგებს რომ ვიღაცას არ მოეწონა მისთვის ეს სერიოზული პრობლემაა და დეპრესიის საფუძველი ხდება. ვისაც 30% აქვს თვითშეფასება პასუხობს “ კაი, რა მე რა უნდა მოვწონებოდი, ნახე რანაირი ვარ”, კონცეპტუალური დაცვა აქვს. ის მზად არის უარყოფითი შედეგებისთვის.¹⁶³ საინტერესოა ის მოვლენაც, რომ ვისაც 50-50%-ზე აქვს თვითშეფასება მას აღმოჩნდა ყველზე მაღალი ეჭვი და შფოთვა. რადგან მას ვისაც 30% აქვს თვითშეფასება მისი რესურსის სიმწირეს გრძნობს, 100%-იანი აქტიურობს, ხოლო 50%-იანმა არ იცის რა გააკეთოს. საბოლოოდ კი კვლევამ აჩვენა, რომ 100%-იანი თვითშეფასება ძალიან დიდ რისკებს უკავშირდება.¹⁶⁴ ასევე ამახვილებს ყურადღებას ლიდერის, პირველი პირის უკუკავშირის საჭიროებაზე, რადგან ხშირია როდესაც მედია ითხოვს სწორედ პირველ პირს რომელიც ერთგვარ ანგარიშს ჩააბარებს ხალხს და ამომრჩეველს, ზურა მხეიძის მოსაზრებით: “ქვედა რგოლში გვარდება ყველაფერი. თუ ვერ გვარდება, უმოკლესი გზა არის პირველი პირი. რატომ უნდა გამოვიდეს მაინცდამაინც პირველი პირი, ეს კიდევ ჟურნალისტების მოთხოვნაა, რადგან

¹⁶³ მხეიძე ზ., „სიყვარული, ტყუილი, ემოციები და თვითშეფასება ურთიერთობებში“, აზროვნების აკადემიის გამომცემლობა, თბილისი, 2021, გვ.100-105.

¹⁶⁴ იქვე. გვ.101

პირველ პირს თუ ჩაწერს პროდიუსერი ქულას უწერს, ამაზე დარბიან და ნადირობენ.” უჩა ნანუაშვილის თვალსაზრისით, მცირედი ცვლილებები აქვს ქართველ ამომრჩეველს, თუმცა მაინც ქარიზმატული და ტრადიციული ტიპის პერსონაა კვლავ მისაღები: “ჩვენ ტრადიციული ტიპის ადამიანს ვირჩევთ. ქარიზმატული, ემოციური, წყნარი, სტაბილური და ნაკლებად რაციონალური. თითქმის ყველას უმაღლესი ბარიერით ვირჩევდით, თუმცა ცოტა მაინც შევიცვალეთ. მაინც უფრო მოთხოვნა გვაქვს ქარიზმატულ ლიდერზე.” უჩა ნანუაშვილის თქმით, ქალი პრეზიდენტის არჩევაც დიდი ძვრა იყო ჩვენი ქვეყნისთვის, თუმცა მიაჩნია, რომ ის სრულიად დამოუკიდებელი მაინც არ არის კონიუნქტურისგან, ექსპერტის შეხედულებით, დადგება დრო როდესაც იდეებისა და პროგრამის მიხედვით მოხდება კანდიდატებისადმი სიმპათიის გამომჟღავნება: “ბოლო წლების განმავლობაში ბევრი ირჩევს ქალს, ქალ კანდიდატებსაც, მიდგომებიც შეიცვალა. პრეზიდენტად რომ ქალი ავირჩიეთ ამანაც თითქოს გარკვეული როლი იმუშავა, მაგრამ ის დამოუკიდებელი მაინც არ არის. პარტიების იდეოლოგიებიც არ არის სათანადოდ ჩამოყალიბებული . დადგება დრო როდესაც ავირჩევთ პოლიტიკური იდეების და შეხედულებები მიხედვით.” უჩა ნანუაშვილი არც პროპაგანდის არსებობას უარყოფს და მისი მსხვერპლიც ბევრჯერ ყოფილა მისი თქმით, ზოგჯერ იგნორით ცდილობდა სიტუაციის განეიტრალებას “პროპაგანდაც, ცილისწამებაც, რამდენჯერაც გინდათ. ხშირ შემთხვევაში ჩემი მხრიდან სრული იგნორიც იყო. ზოგჯერ ვცდილობდი პასუხი გამეცა კონკრეტული ფაქტებით” ეს მოვლენები სწორედ პირველ პირებს მიემართება ხოლმე, თუმცა დღეს მიაჩნია რომ უგულებელყოფა გამოსავალი არ არის. არამედ საჭიროა დროული პასუხი და რეაგირება. რამაზ საყვარელიძე პროპაგანდაზე რეაგირების გზას ასე ხედავს “პროპაგანდისთვის მიუღებელი გადაწყვეტილება უნდა დაიმალოს ან შეიფუთოს მისაღები ფორმით”- ამბობს ის.

პროპაგანდა მნიშვნელოვანი იარაღია, რომელიც ნებისმიერი ინტერესთა ჯგუფისთვის შეიძლება იყოს გამოყენებული, ამიტომ ნებისმიერი ხელისუფლება, როდესაც ისახავს მიზნად რეფორმების თუ ცვლილებების ჩატარებას აუცილებლად უნდა იყოს მზად პროპაგანდის გასატარებლად. ამავე დროს მის წინააღმდეგ

მიმართულ გამიზნულ პროპაგანდასთან საბრძოლველად. მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება კონკრეტულ ნაბიჯებს რომელსაც ატარებს ხელისუფლება, რადგანაც მისი გარკვეული ქმედება შესაძლოა აღქმულ იქნას ნეგატიურად. აქვე უნდა აღინიშნოს, ლობისტური ჯგუფების და აგენტურული ქსელის მნიშვნელობა, რომელიც პროპაგანდის გზით ცდილობს მოსახლეობაში აზრის ფორმირებას და საკუთარი ინტერესების გატარებას. ამ პროცესების მართვაში სახელმწიფოს როლი საინფორმაციო ომისგან თავდაცვის მიმართულებით დიდია და სასურველია მოხდეს მათი გამოვლენა და საქმიანობის შეჩერება.

პროპაგანდის გავლენის სიდიდესა და საფრთხეებზე საუბრობს ნიკა ჩიტიძეც - პროპაგანდას გააჩნია თავისი უარყოფითი და დადებითი მახასიათებლები, შესაძლებელია კონკრეტულმა არადემოკრატიულმა ძალამ და არადემოკრატიულად მოაზროვნე პოლიტიკურმა ლიდერმა აწარმოოს კონკრეტული პროპაგანდა, მათ შორის შავი პიარ ტექნოლოგიები გამოიყენოს ოპონენტის მიმართ. პირველ რიგში ააგოს საკუთრივ პიარ კამპანია და პოლიტიკური მოღვაწეობა თავისი კონკურენტის წინააღმდეგ კონკრეტულ დისკრედიტაციაში. შესაძლებელია პროპაგანდის მეშვეობით კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის რეიტინგის აწევა თუმცა, შესაძლებელია უკანასკნელი ატყუებდეს მოსახლეობას და პოტენციურ ამომრჩეველს და ეწეოდეს მანიპულაციას, არსებობენ ასეთი გონების მანიპულატორები, პოლიტოლოგიაში ასეთი ტერმინი არსებობს. ძალზედ საშიშია დიქტატორულ ქვეყნებში პროპაგანდა. ექსპერტი იხსენებს პრეისტორიას და გვიზიარებს:” ამის ნათელი მაგალითია ნაცისტური გერმანიის პროპაგანდა. პირველად, როდესაც ნაციონალ-სოციალისტები მოვიდნენ ხელისუფლების სათავეში 1923 წელს გერმანიაში ერთ-ერთი პირველი სამინისტრო შეიქმნა იყო პროპაგანდის და ინფორმაციის რაიხის სამინისტრო. რომლის ხელმძღვანელი იყო გებელსი, რომელიც განმარტავდა, რომ რაც უფრო დიდია ტყუილი, მით უფრო იჯერებს მას ხალხი. ან მეორე ვარიანტი, ის აცხადებდა, რომ შეგიძლია პირველ რიგში დაადანაშაულო შენი მოწინააღმდეგე შენივე დანაშაულში. ან იგივე ბოლშევიკური პროპაგანდა, რომ გლეხებს გადაეცემოდათ მიწა. მუშებს გადაეცემოდათ ფაბრიკა-ქარხნები. მსგავსი

პროპაგანდა, რა თქმა უნდა, საშიშროებას წარმოადგენს.” მეორეს მხრივ პროპაგანდის პოზიტიურ მხარეზეც საუბრობს და განმარტავს: თუ პროპაგანდას ეწვეიან დემოკრატიული ძალები, რომლებსაც შეუძლიათ აუხსნან მოსახლეობას დემოკრატიის, ადამიანის უფლებათა დაცვის ძირითადი ღირებულებები და ამ ღირებულებების პრაქტიკაში დანერგვის აუცილებლობა. ამ შემთხვევაში პროპაგანდა თამაშობს დადებით როლს. გააჩნია ვინ ეწევა პროპაგანდას. თუ არადემოკრატიული ძალები ეწვეიან პროპაგანდას, ის კონკრეტული ქვეყნისთვის საშიშროებას წარმოადგენს, თუ დემოკრატიული ძალები, მაშინ პირიქით დადებითად აისახება მოსახლეობის ცნობიერებაზე.

უდიდეს პრობლემად რუსეთის მიერ განხორციელებული პროპაგანდას მიჩნევს “ანტიდასავლური კამპანია, როგორც ასეთი, ოპონენტის მხრიდან ყოველთვის მტრის ხატის შექმნა. ბუნებრივია დიდ საშიშროებას ქმნიდა და დღესაც ქმნის, პირველ რიგში რუსული მოსახლეობა არის მოწამლული კრემლის პროპაგანდით”.

როგორც ზურა მხეიძემ გაგვიზიარა ინტერვიუში: “პროპაგანდა ეს არის ინფორმაციის მიტანის მეთოდი, როგორც პიარი და რეკლამა.” მისი მოსაზრებით: მეთოდის უარყოფა, მეთოდის სიცვლედ გამოიხატება იმაში, რომ საზოგადოების წრეებში ისეთი თემების წამოწევა ხდება, რაც მისთვის მავნებელია, ქვეყნისთვის მავნებელია, რა თქმა უნდა, ცუდია, მაგრამ პროპაგანდას ბევრი დადებითი მხარე აქვს, მაგალითად მოწევის პროპაგანდა, ჯანსაღი ცხოვრების პროპაგანდა. პროპაგანდა თავისთავად ცუდი და კარგი არის, მთავარია რომელ საკითხს წამოწევა წინ. “არხის გადაკეტვა, ინფორმაციაზე წვდომის მოსპობა არის გარკვეულწილად სისუსტე ოპონენტი რაღაცაში გჯობია, მიდი და აჯობე, იმიტომ რომ არხის გადაკეტვა, მოსპობა ნიშნავს რომ წინააღმდეგობას უწევ კონცეპტუალურ დონეზე. თუ მე გადავუკეტე არხი სხვას გავლენა სრულად ჩემია”. როდესაც საუბარია გავლენებზე და პროპაგანდის როლსა და მნიშვნელობაზე ზურა მხეიძე რუსეთ-უკრაინის ომის სასტარტო მდგომარეობას იხსენებს და გვიზიარებს: მას გადამწყვეტი გავლენა აქვს, მნიშვნელოვანი კი არ არის უმთავრესია. ომის პერიოდში თითქოს არ უნდა გეცალოს საინფორმაციო არხების გადაკეტვისთვის?! წარმოიდგინეთ ომი როგორაა, ყუმბარას გესვრიან და შენ ამ დროს პირველი რასაც

აკეთებ ერთმანეთს საინფორმაციო არხებს უკეტავ. იმიტომ, რომ ძალიან კარგად გესმის, რომ ეს გაცილებით ძლიერი იარაღია, ვიდრე ის ყუმბარა, ვინაიდან ის მოქმედებს მასაზე, მასას აკეთებინებს იმას რაც უნდა. ასე რომ, გავლენა ძალიან დიდი აქვს.”

კვლევის შედეგები:

კვლევამ ნათლად აჩვენა, რომ ექსპერტები პოლიტიკური პიარს აღიქვამენ, პოლიტიკური პროცესისა და საზოგადოებასთან ინტერაქციის განუყოფელ და მნიშვნელოვან ნაწილად, ასევე როგორც ერთ-ერთ ფაქტორს, რომელსაც აქვს განუზომლად დიდი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე, როგორც ქვეყნის შიგნით ასევე ქვეყნის გარეთ. თუ პიარი არის დისკრეტული და მოკლევადიან ამოცანაზე კონცენტრირებული ეს ნიშნავს, რომ იგი გადასულია პირწმინდად მანიპულაციის ამოცანებზე, ასეთ დროს წარმოიშობა სწორედ ფეიკ ნიუსი. ამის ფონზე, ცხადი ხდება მასშტაბური გეგმის არ ქონა, რაც საკმაოდ ხშირად ვლინდება ჩვენი ქვეყნის ფარგლებში. ეს კი თავის მხრივ წამოაჩენს ეროვნული უსაფრთხოების გეგმისა და სტრატეგიის სისუსტეს და ამავე დროს იგი ერთდროულად არის ინდიკატორიც და მიზეზიც. თანხმდებიან, რომ პიარს აქვს გარკვეული ინდიკატორები, როგორც არის ტყუილის დემონსტრირება იგივე „ფეიკ ნიუსი“ და პროპაგანდა. მას ასევე, გადამწყვეტი როლი აქვს, პოლიტიკური ფიგურის პოლიტიკურ ლიდერად ქცევაში. პიარის მიერ დაგეგმილ აქტივობებს, აქვს გავლენა მთელ საარჩევნო პროცესსა და შედეგებზე. ექსპერტები ინტერვიუებში აფორმირებენ ლიდერის თვისებებსა და საზოგადოების თანამედროვე მოთხოვნებს, ასევე პირის როლის ზრდას სამყაროსა და ჩვენს ქვეყანაში წელთა განმავლობაში. ყურადღება გამახვილდა ინფორმაციის მართვის, შენახვისა და დაცვის ფუნქციებზე, ზედამხედველ ორგანოებსა და იურიდიული მართვის კომპონენტებზე. ტყუილი ინფორმაციისგან თავის დაცვის მექანიზმებზე და პრევენციულ ღონისძიებებზე ქვეყნის მასშტაბით. ასევე, გაესვა ხაზი რუსეთის ომის მიმდინარეობის პროცესში ინფორმაციის გავრცელებისა და ბლოკირების

ფაქტორებს, ინფორმაციის ბრენდირების¹⁶⁵ ასპექტს, მსხვილი თემების ტყუილი ინფორმაციით გადაფარვის მცდელობებს. აქვე უნდა ითქვას, რომ ყველა რესპონდენტი თანხმდება, რომ წინმსწრები დაგეგმილი ტაქტიკა უფრო მომგებიანია ვიდრე პოსტ ფაქტუმ რეაგირება მომხდარზე. ხაზი გაესვა სპიკერის როლს და მის მნიშვნელობას, ემოციურ არჩევნებზე, რომელიც “სიყვარულზე” “მოწონებასა” და “სიმპათიაზეა” დაფუძნებული და მის საპირწონედ პროგრამით, გეგმითა და რაციონალური პროგრამით წარმოდგენილი ახალი საუკუნის კანდიდატის ფორმირებაზე. გამოიკვეთა არჩევნების მაღალი პროცენტული მაჩვენებლებიდან მომდინარე საფრთხეების და სამომავლო რისკების ანალიზის მოთხოვნილება.

ამ ჩამოთვლილ გარემოებათაგან ყველაზე აქტუალურ თემად და პრობლემატიკად გამოიკვეთა უსაფრთხოების მაღალი რისკები პიარის დაგეგმარების პროცესის არასათანადოდ და არამართლზომიერად განხორციელების შემთხვევაში. ასევე, დაგვიანებული პასუხის, ან უკუკავშირის სისტემატური ხასიათის ხარვეზი და მისი გამოსწორების გზებზე დაისახა პროცესში ჩართული მოთამაშეების კვალიფიკაციის ამაღლების საჭიროება და წინმსწრები რეაგირების სტრატეგიის არსებობის აუცილებლობა. ხოლო კომუნიკაციის სტრატეგიაში უნდა გაიწეროს გრძელვადიანი გეგმა და არა მოკლევადიანი ანუ მანიპულაციაზე დამყარებული პროგრამა. ფეიკ ნიუსის წინააღმდეგ ბრძოლის სტრატეგიად ავტორიტეტულმა სტრუქტურებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ სხვადასხვა წყაროების გადამოწმების პროცესში შეუძლებელია მოხდეს მათი ტირაჟირების აკრძალვა, ამდენად განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს სწრაფ რეაგირებას, დაუყოვნებლივ უკუკავშირს და გრძელვადიან პროფილაქტიკური გეგმის არსებობას. ამ პროცესში, კი გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს საკომუნიკაციო ენის დახვეწასა და ფორმირებას, რათა შეფერხდეს ქვეყნისთვის საზიანო მიზანდასახულობის პიარი, რომელიც თავისუფალ რეჟიმში ინფორმაციის ბრენდირებას ამარტივებს. დახვეწილი

¹⁶⁵ ჩიარაველე ბ., ჩენქი ბგ., “ბრენდინგი მარტივად”, გამომცემლობა „პალიტრა“, თბილისი, 2017, გვ.16-24

საკომუნიკაციო ენა, ამარტივებს საზოგადოებისთვის და მთავრობისთვის ინფორმაციის სორტირების პროცესს, კომუნიკაციის ტემპს და ამავე დროს ოპონენტისთვისაც იქმნება ცივილიზებული ველი უკუკავშირისთვის.

თავი III. პოლიტიკური ტექნოლოგიების გავლენა ქვეყნის ეროვნულ უსაფრთხოებაზე (ფეიკ ნიუსი და პროპაგანდა)

III.I „ფეიკ-ნიუსის“ არსი: მისი კლასიფიკაცია და კორელაცია ეროვნული უსაფრთხოების სისტემის მაგალითზე (საქართველოს შემთხვევის გარჩევა -სიტუაციური ანალიზი)

“როდესაც საუბარია კრიზისზე - სოციალური სისტემა - საზოგადოება, ორგანიზაცია, პოლიტიკის სექტორი, ქვეყანა ან მთელი რეგიონი - განიცდის გადაუდებელ საფრთხეს როგორც მისი ძირითადი სტრუქტურები, ასევე ფუნდამენტური ღირებულებები. რომელიც შეიცავს ბევრ „უცნობს“ და როგორც ჩანს, მოითხოვს შორსმომავალ პასუხს. საფრთხე პირდაპირ ურტყამს კონკრეტულ ღირებულებებს, ის დაცული უნდა იყოს საფრთხის ასახვის და შემდეგაც:

- უსაფრთხოება
- თავდაცვა
- კანონის უზენაესობა
- კეთილდღეობა
- ჯანმრთელობა
- მთლიანობა
- სამოქალაქო თავისუფლებები (ის გამოხატავს პიროვნულ თვითშეფასებას და იდენტობის გრძნობას)”¹⁶⁶

თუ რა მნიშვნელობა აქვს დროის ზეწოლას კრიზისული სიტუაციის განვითარების შემთხვევაში, აღსანიშნავია: „ე.წ. მცოცავი კრიზისები ლიდერებს უამრავ დროს აძლევს გადაწყვეტილებების შესამუშავებლად, როცა მოქმედებისთვის ცოტა დროა, მეორეს მხრივ, ლიდერებს შეიძლება ჰქონდეთ მეტი უფლებამოსილება ცალმხრივად დააწესონ ცვლილებები“¹⁶⁷. რეაგირების აუცილებლობა და

¹⁶⁶ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.45

¹⁶⁷ Ibid.

პროცესების წარმოშობის ასიმეტრია, როდესაც შედეგი ჯერ კიდევ ვერ პროგნოზირდება. კრიზისზე ხდება პირდაპირი რეაგირება გამოუვალი ვითარების გამო. გაურკვეველობა და სცენარის უცნობი განვითარება იწვევს დაგეგმვის ალბათობის ცდომილებას. აქედან გამომდინარე, ძნელია დეტალურად დაგეგმო მოულოდნელი და უცნობი მოვლენები.¹⁶⁸

საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადების მიუხედავად (მათ შორის, კომენდანტის საათის ამოქმედება საღამოს 21.00 საათიდან დილის 06.00 საათამდე) აქვე, აღსანიშნავია, ასევე კოვიდის აპლიკაცია. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ არცერთი სამხედრო, „წითელ ზონებში“ არ დაინფიცირებულა COVID-19 ვირუსით. რატომ გახდა საქართველო ასეთი „წარმატებული“ იტალიაში, საფრანგეთში, დიდ ბრიტანეთში და სხვა ევროპულ ქვეყნებში იგივე ვითარებასთან შედარებით:

საქართველო არის პატარა ქვეყანა მცირე მოსახლეობით და შესაბამისად მცირე ტერიტორიის კონტროლი ეფექტური აღმოჩნდა და კლინიკურად დადასტურებული შემთხვევების ყველა კლასტერის საფუძვლიანი მოძიება შესაძლებელი; საქართველოს მთავრობის მიერ COVID-19 ვირუსის შესახებ პირველი ინფორმაციის გავრცელებისთანავე საერთაშორისო ფრენების შეწყვეტა მოითხოვა. კრიზისების მართვის მთავარი კოორდინატორის შტაბი ეროვნული უშიშროების საბჭოს ხელში აღმოჩნდა, რომელსაც ოფიციალურად ხელმძღვანელობდა პრემიერ-მინისტრი, მაგრამ დე-ფაქტო ხელმძღვანელი იყო შინაგან საქმეთა მინისტრი, რომელიც ერთდროულად საბჭოს მდივანიც იყო. სტრუქტურა ეფექტურად მუშაობდა საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადების მომენტებში და სწრაფად მართავდა პროცესებს. სრული საკარანტინო რეჟიმი „წითელ ზონებში“ და თავდაცვის სამინისტროს მთელი შტაბი თავდაცვის მინისტრის ირაკლი ღარიბაშვილის მეთაურობით. აშკარად იყო შესამჩნევი, რომ ძალები კარგად იყვნენ მომზადებული კრიზისების მართვის სხვადასხვა სცენარებთან გასამკლავებლად, ვინაიდან მათ მიიღეს შესაბამისი ცოდნა და

გამოცდილება ნატოსა და ევროკავშირის ხელმძღვანელობით სამშვიდობო და კრიზისების მართვის ოპერაციებში უცხოეთში.¹⁶⁹

საქართველოს მთავრობაში აღმოჩნდნენ მაღალი პროფესიონალური მენეჯერები, მაღალი დონის სამედიცინო პერსონალი. აღსანიშნავია ისიც, რომ საქართველოში ჯერ კიდევ საბჭოთა პერიოდიდან ფუნქციონირებს სამი ბიოლოგიური კვლევითი დაწესებულება და ცენტრი, მაგალითად, "შავი ჭირის საწინააღმდეგო ქართული სადგური", რომელიც მდებარეობს დედაქალაქში. ასევე სამოცდაათი წლის მანძილზე საშიშ პათოგენებზე მუშაობდნენ კიდევ ერთ სააგენტოში, როგორცაა "ტაბახმელას ბიოქიმიური ქარხანა", ასევე მოგვიანებით დაფუძნდა რიჩარდ ლუგარის ცენტრი; აი, რამ განაპირობა ამ მცირე ქვეყნის წარმატება კოვიდთან უთანასწორო ბრძოლაში.

ასევე, აღსანიშნავია პანიკის მართვის ერთიანი ძალისხმევა, სპეციალისტების ჩართულობა და ინფორმაციის უწყვეტი ნაკადი ყველა არხით. უცხოეთში მყოფი ქართველი მეცნიერების ჩართვები, სამედიცინო ჯგუფები სოციალურ ქსელებში, ონლაინ კონსულტირების გუნდები და ჯანდაცვის სამინისტროს ცხელი ხაზის უწყვეტობა. სწორად შერჩეული სპიკერების გუნდი და ღიაობა. თუმცა ანტივაქსერების აქტივობა ასევე იყო შესამჩნევი, რომლებიც საზოგადოებაში ვაქცინის მიმართ გარკვეულ ნიჰილიზმს თესავდნენ. "დეზინფორმაცია" (შემოკლებით "დეზა" ჯერ ბოლშევიკებისა და საბჭოთა კავშირის, შემდეგ კი რუსეთის სპეცსამსახურების მუშაობის ერთ-ერთი უმთავრესი მეთოდი და ამავე დროს "ჰიბრიდული ომის" მძლავრი იარაღი იყო და არის).¹⁷⁰

რაც შეეხება, ნაკლებად ეფექტურ გადაწყვეტილებას, 2022 წლის 10 სექტემბერს, როდესაც მთავრობამ პანდემიური საფრთხისა მიუხედავად განაცხადა, რომ საქართველოში სასწავლო პროცესი აუდიტორიაში განახლებულიყო აღმოჩნდა

¹⁶⁹ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., "COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare" Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.45

¹⁷⁰ ალადაშვილი ბ., "რუსეთის "ჰიბრიდული ომი" საქართველოს წინააღმდეგ 1918-1921)," თსუ-ს გამომცემლობა, თბილისი, 2018, გვ.11

ნაჩქარევი ნაბიჯი, რომელმაც პანდემიის გავრცელებას ხელი შეუწყო კლასტერებში.

171

2020 წლის 23 მარტს საქართველოს მთავრობამ გამოსცა განკარგულება N181 პრევენციისთვის გასატარებელი ზომების დამტკიცების შესახებ. ახალი COVID-19-ის გავრცელების შესახებ (დადგენილება COVID-19-ის შესახებ). მიღებიდან დღიდან, დადგენილება COVID-19-ის შესახებ არაერთხელ შესწორდა ქვეყანაში არსებული სიტუაციის სწრაფი ცვლილებებისა და გამოწვევების გადაჭრის მიზნით. რა თქმა უნდა, ეს ნაბიჯი არ შეესაბამებოდა დემოკრატიული ქმედების კრიტერიუმებს და ზღუდავდა გარკვეულ თავისუფლებებს, მაგრამ COVID-19-ის შედეგებთან გამკლავება თუნდაც მოკლე დროით პროცესების წარმატებით მართვა აუცილებელი იყო. რაც შეეხება გრძელვადიან შედეგებს ამ კუთხით, შეიძლება მოვიძიოთ ის ფაქტი, რომ საქართველოს მთავრობამ (კერძოდ, ექს-პრემიერ გიორგი გახარიას პოლიტიკურ გუნდის მმართველობის დროს) გააძლიერა უსაფრთხოების ზომები და შექმნა ოპერატიული ოფისი, გაზარდა კომუნიკაციის არხები მოსახლეობასთან და ზოგადად საზოგადოებასთან.

“ინფორმაციული ომი არის კონცეფცია, რომელიც მოიცავს საბრძოლო სივრცის გამოყენებას და ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მართვას მოწინააღმდეგეზე კონკურენტული უპირატესობის მისაღწევად. საინფორმაციო ომი არის სამიზნის მიერ ინფორმაციით მანიპულირება სამიზნის ინფორმირებულობის გარეშე ისე, რომ სამიზნე მიიღებს გადაწყვეტილებებს მათი ინტერესების საწინააღმდეგოდ, მაგრამ საინფორმაციო ომის მწარმოებლის ინტერესებში. შედეგად, გაუგებარია, როდის იწყება ან მთავრდება საინფორმაციო ომი და რამდენად ძლიერი ან დამანგრეველია იგი.

საინფორმაციო ომი შეიძლება მოიცავდეს ტაქტიკური ინფორმაციის შეგროვებას, დარწმუნებას, რომ ვინმეს ინფორმაცია მართებულია, პროპაგანდის ან დეზინფორმაციის გავრცელებას მტრისა და საზოგადოების დემორალიზების ან

¹⁷¹ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.47

მანიპულირების მიზნით, მოწინააღმდეგე ძალების ინფორმაციის ხარისხის შელახვას და ინფორმაციის შეგროვების თვალსაზრისით.”¹⁷²

საინფორმაციო ომი ზოგჯერ შერწყმულია ფსიქოლოგიურ ომთან. საინფორმაციო ომი შეიძლება წამოიწყოს სახელმწიფომ ან სხვა დაინტერესებულმა ჯგუფებმა, კონკრეტული ქმედებებითა და განზრახ დაგეგმილი ოპერაციებით, რომლებიც შეიძლება იყოს პოლიტიკური, ეკონომიკური, ეთნიკური, რელიგიური და ა.შ. მისი მიზანია, მოწინააღმდეგის დათრგუნვა ან ზემოქმედება, შემდეგ კი ეკონომიკური, სოციალური, მატერიალური, იდეოლოგიური, და სხვა სახის ზიანის მიყენება. საინფორმაციო ომი შეიძლება განხორციელდეს: დეზინფორმაციის, პროპაგანდის, მანიპულირების, კრიზისის განზრახ შექმნის, კიბერშეტევების, ლობირების და სხვა აპრობირებული თუ ნაცადი მეთოდების გამოყენებით.

ინფორმაცია ემსახურება საზოგადოებრივი აზრისა და განწყობის შექმნას. „ექსპერიმენტული ფსიქოლოგიის“ გათვალისწინებით სხვადასხვა წყაროდან მასიურად მიღებული ინფორმაცია სანდოობით ნუსხავს. ამ შემთხვევაში ინფორმაციის ოდენობას და მოცულობას განმსაზღვრელი როლი აქვს და ასევე აქვს მისი სპეციფიკური მახასიათებლები:

“ინფორმაციის დიდი ხარისხი მთლიანად იპყრობს სამიზნე ჯგუფის ყურადღებას და ადგილს არ ტოვებს კონტრინფორმაციისთვის, ამიტომ განსხვავებული ინფორმაცია ნაკლებად შესამჩნევია. ინფორმაციის დიდმა რაოდენობამ შეიძლება ჩაახშოს სიმართლე და მოატყუოს საზოგადოება, მაგალითად დეზინფორმაციის გაზიარებას. რამდენიმე ინფორმაციის ნაკადის გამოყენება მნიშვნელოვნად ზრდის ზემოქმედებას სამიზნე ჯგუფზე.” ¹⁷³

შესაბამისად, ყველა ზემოაღნიშნული პროცესი აქტიურად გამოიყენება სადაზვერვო სამსახურების საქმიანობაში. ინფორმაციის შეიარაღება, სავარაუდოდ, რჩება ჰიბრიდული საფრთხეებისა და არაწრფივი სტრატეგიების დამახასიათებელ

¹⁷² Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.48
¹⁷³ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.p.45-49

ნიშნად. “ჰიბრიდული ომის”¹⁷⁴ დეფინიცია უკრაინის წინააღმდეგ რუსეთის მიერ აგრესიული ზემოქმედების მრავალფეროვანი მეთოდების გამოყენების შემდეგ გახდა ფართო საზოგადოებისთვის ცნობილი. თუმცა, როდესაც უკან გავიხედავთ რუსეთის ხელისუფლება “ჰიბრიდული ომის” სხვადასხვა ელემენტებს (ეკონომიკური ზემოქმედება, დეზინფორმაცია, სეპარატისტების ფარული წახალისება, ოპერატიულ-აგენტურული ოპერაციები) უკრაინის ისევე, როგორც საქართველოს წინააღმდეგ, ფარულად და ღიად ათწლეულების მანძილზე ახორციელებდა.¹⁷⁵ იგი გამოიყენება ხალხის უსაფრთხოების აღქმის შელახვის მიზნით, პოლიტიკური, სოციალური და კულტურული იდენტობების ერთმანეთის წინააღმდეგ. ქმედების მიზანია იდენტობის პოლიტიკისა და ერთგულების გამოყენება, რითაც გავლენიანი ინტერესთა ჯგუფების გაყოფა და პოლიტიკური ალიანსები. დაბნეულობა და განუკითხაობა ჩნდება, რადგან სხვადასხვა ფენისა და მოსაზრების ადამიანები თავს უფრო დაუცველად გრძნობენ. კიბერ დეზინფორმაცია, პროპაგანდის გამოყენება ყალბი ინფორმაციის ტირაჟირებისთვის ისეთი შთაბეჭდილების შექმნაზეა ორიენტირებული, რომელიც ადამიანის ან ჯგუფის დისკრედიტაციას ისახავს მიზნად. ქილიკი, შერცხვენა, გაშავება და დეზინფორმაციის სოციალური ქსელებით გავრცელება უახლესი ისტორიის მასების მანიპულაციის ექსპერიმენტალური მეთოდია. ეს ინსტრუმენტები პოლიტიკური დისკურსის რადიკალურ შეცვლას, სასურველი ნარატივების შექმნას, ან პოპულარიზაციას და საზოგადოებრივი აზრისა და განწყობებით მანიპულირებას ახერხებენ. მსგავსი პროპაგანდული დეზინფორმაციები აზრისა და გამოხატვისთვის დიდ საფრთხეს წარმოადგენენ თანამედროვე მსოფლიოში. ასევე სრულად უგულებელყოფენ მოქალაქეთა უფლებას, შეცვალონ და დაახარვეზონ, არასრულად წარმოთქვან აზრი და მიიღონ და გაავრცელონ ინფორმაცია და იდეები მათ შორის სახელმწიფო უწყებებისა და ხელისუფლებების ყოველგვარი ჩარევის გარეშე. ფეიკ-ნიუსს, როგორც

¹⁷⁴ მაისია ვ., გუჩუა ა., „ნატო და არასახელმწიფოებრივი აგრესიული რელიგიური აქტორები“, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2020, გვ. 176.

¹⁷⁵ ალადაშვილი ბესიკ., “რუსეთის “ჰიბრიდული ომი” საქართველოს წინააღმდეგ 1918-1921)” თსუ-ს გამომცემლობა, თბილისი, 2018, გვ.11

საინფორმაციო ომის ერთ-ერთ მძლავრ ინსტრუმენტს გააჩნია მისი კლასიფიკატორები და სამწუხაროდ არ არსებობს ამოცნობის სისტემური იარაღი.

“ლუგარის ლაბორატორიის საქმე”: წარმატებული და შედეგიანი მენეჯმენტის შემთხვევაა, რომელიც 2002 წლიდან იღებს სტარტს, როდესაც საქართველოს თავდაცვის მინისტრმა და სახელმწიფო თავდაცვის მდივანმა მოაწერეს ხელი სათანადო შეთანხმებას ე.წ. „ლუგარის ბიბლიოთეკის“ ან რიჩარდ ლუგარის საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის კვლევის ცენტრის ფუნქციონირების შესახებ. შეთანხმების სრული სახელწოდება იყო „თანამშრომლობა ბიოლოგიური იარაღის შემუშავებასთან დაკავშირებული პათოგენებისა და გამოცდილების დანერგვა პრევენციის სფეროში“. ცენტრი შეიქმნა იმ დროისთვის პანკისის ხეობის კრიზისის არსებობის გამო, რაიონში გამოჩენილი ჯიჰადისტი მეომრები და ალ-ქაიდას ადგილობრივი ფილიალის მიერ წარმოებული ბიოლოგიური ტოქსინის რიცინის წარმოების იდენტიფიკაცია. ტოქსინის პრევენციისა და შემდგომი გავრცელების ერთ-ერთი მისია ცენტრის ფუნქციონირებას ისახავდა მიზნად. ლუგარის კვლევითი ცენტრი მთლიანად გადაეცა საქართველოს მთავრობას და 2018 წლიდან საქართველოს მთავრობა აფინანსებს ლუგარის კვლევებს. მასში შედის თავად ცენტრი და ლაბორატორიული ქსელი. ცენტრმა გადამწყვეტი როლი ითამაშა, ისე როგორც სადიაგნოსტიკო დაწესებულებამ საქართველოში 2020 წლის კორონავირუსის პანდემიის დროს. სწორედ ამ ფაქტორმა ითამაშა და თამაშობს სასიცოცხლო როლს საქართველოში COVID-19 ვირუსის მონიტორინგსა და გავრცელებაში. ვირუსის სიმპტომების სისწრაფე იდენტიფიცირება შესაძლო მსხვერპლის ტესტირებიდან 5 საათში 95%-იანი შედეგით არის სანდო ინსტრუმენტი ასიმეტრიულ საფრთხესთან წარმატებით საბრძოლველად. იმის გათვალისწინებით, რომ მთელი ქართული საზოგადოება ცალმხრივად უჭერს მხარს უკრაინელ ხალხს რუსი აგრესორების წინააღმდეგ მის სამართლიან ომში და დემონსტრაციის მხარდაჭერას, კრემლის პროპაგანდა ცდილობს გამოიყენოს საკუთარი მეთოდები საქართველოში უკრაინის წინააღმდეგ საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ომის საწარმოებლად. შეკრული ინსტრუმენტული სისტემატური მიდგომა ხელს უწყობს სპეციალურად გაჟღერებული ყალბი ამბების გავრცელების

მექანიზმი, როგორც ახლა არის საქართველოში: Sputnik-საქართველოს მედია სააგენტო, RIA-NOVOSTI და მისი ადგილობრივი თანამგზავრები, როგორცაა ყოველკვირეული გაზეთი: „მსოფლიო და საქართველო“, ნაციონალისტური ტელევიზია „ALT-INFO“ და ა.შ. უკრაინის ომთან დაკავშირებული ცნობილი ფეიკ ნიუსი, რომელიც პრორუსი აქტორების მიერ არის გავრცელებული, არის სიუჟეტი ეგრეთ წოდებული „აშშ-ის ბიოლოგიური ლუგარის ლაბორატორიის“ და მისი კავშირის შესახებ უკრაინაში მსგავს ლაბორატორიებთან. ეს არის მხოლოდ ერთი ასპექტი ინფორმაციულ-ფსიქოლოგიური ომისა საქართველოში და ამ შემთხვევაში საქართველომ და უკრაინამ უნდა გააერთიანონ თავიანთი ძალისხმევა კონტრინფორმაციული ომის კოალიციის შესაქმნელად და საერთო დღის წესრიგის გასაუმჯობესებლად. მაშასადამე, ლუგარის ლაბორატორიის მანიპულირების შემთხვევაში საქართველოს მიმართ რუსული ჰიბრიდული საფრთხე შეიძლება ჩაითვალოს „ნაცრისფერ-ფეიკ ნიუსად“. მიზნად ისახავს აშშ-სა და საქართველოს სტრატეგიული თანამშრომლობის დისკრეტიზაციას და სპეციალური ფსიქოლოგიური ოპერაციის გამოყენებას, რათა შეარყიოს საქართველოს წარმატებული ძალისხმევა COVID-19 გეოპოლიტიკისა და ასიმეტრიული საფრთხის წინააღმდეგ ეროვნულ და გლობალურ დონეზე.”¹⁷⁶

ასიმეტრიული საფრთხეები, უფრო დაუცველია, ვიდრე პირდაპირი სამხედრო ასიმეტრიული საფრთხეები, რადგან მისი გამოყენებისას მტრის საბრძოლო ნაწილების მანიპულირება და დეზინფორმაცია გაცილებით უფრო მარტივია.

“ოცდამეერთე საუკუნეში შემოვიდა ტერმინი ასიმეტრია; მისი ცნება უსაფრთხოების თეორიაში დაკავშირებულია ისეთ ცნებასთან, როგორცაა „ასიმეტრიული საფრთხე“ და შეიცავს ტერორიზმის ნიშნებს, ბუნებრივ კატაკლიზმებს და ჰიბრიდულ ომს, ისევე როგორც სამხედრო ან პოლიტიკურ ქაოსს. ასიმეტრიული ომის ფორმას ომი ეწოდება, როდესაც მეომარი მხარეების სამხედრო ძალა მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისგან. ძირითადად, ტერმინი

¹⁷⁶ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.45-51.

“ასიმეტრიული ომი” ხშირად გამოიყენება სამხედრო მოქმედებების დასახასიათებლად, როგორცაა პარტიზანული ომი, ტერორიზმი და სხვა.¹⁷⁷

ტერმინ ჰიბრიდული ომის მნიშვნელობა უფრო ფართოვდება 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების სისტემაში. მისი განზომილების სამხედრო ასპექტები მეოთხე თაობის ომების კონცეფციის მსგავსია, სადაც პრიორიტეტი ენიჭება ბრძოლას ასიმეტრიული სამხედრო საფრთხეების გასანეიტრალებლად და მოწინააღმდეგის დასამარცხებლად თუმცა არ გულისხმობს მოწინააღმდეგის ფიზიკურ განადგურებას. კონკრეტული ჰიბრიდული ომი ამ ეპოქაში რუსეთის ფედერაციის მიერ განიხილება ყირიმის ნახევარკუნძულის ოკუპაციად უკრაინის სუვერენული ყირიმის ტერიტორიის მიერ, განხორციელებული სწრაფი რეაგირების სარდლობის ნაწილების მიერ და ანექსირებული 2014 წელს.¹⁷⁸

„ჰიბრიდული ომის“¹⁷⁹ ფენომენი ღრმად აისახა თანამედროვე საერთაშორისო უსაფრთხოების სისტემებზე, რომელიც ხასიათდება ორი სპეციფიკური ფაქტორით: თეორიულ-კონცეპტუალური და რეალისტური მიდგომებით. თეორიულ-კონცეპტუალური მიდგომა არის ის, რომ არსებულმა საერთაშორისო წესრიგის აქტორებმა უკვე გააცნობიერეს „ჰიბრიდული ომის“ მნიშვნელობა და მისი გავლენის მასშტაბურობა და გააკეთეს შესაბამისი დათქმები სტრატეგიულ დოკუმენტებში - 2014 წ. მაგალითად, რუსეთის პრეზიდენტმა ვლადიმერ პუტინმა მხარი დაუჭირა ქვეყნის სამხედრო დოქტრინას, რომელიც ასახავს რუსული ჰიბრიდული ომის სტრატეგიის ძირითად პარამეტრებს - მაგალითად, 2014 წლის 28 დეკემბერს მიღებული ახალი სამხედრო დოქტრინის 32-ე მუხლის თანახმად, რუსეთის ერთ-ერთი მთავარი ამოცანაა. შეიარაღებული ძალები მშვიდობის დროს არის ეკონომიკის ინტერესების დაცვა და სტრატეგიული საკომუნიკაციო სატრანსპორტო კვანძები.¹⁸⁰

¹⁷⁷Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.p. 51-55.

¹⁷⁸ იქვე, გვ. 55

¹⁷⁹ იქვე გვ.56

¹⁸⁰ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.p.45-55

ამ ეტაპზე, შეუძლებელია ამ სცენარებს შორის გადაწყვეტა. მით უმეტეს, რომ ამ, შესაძლოა, მთავარ მოვლენებზე - ჩვენ ვუწოდებთ "მაკრო-გეოპოლიტიკურს" - შეიძლება გავლენა იქონიოს ან გადაიხარა Covid-19-ისკრიზისის ბევრად უფრო „მიკროგეოპოლიტიკური“ ეფექტებით. გამოვყოთ ოთხი მათგანი, რომლებიც შეიძლება ძალიან კარგად იყოს შერწყმული.¹⁸¹

“ჩამორჩენის ეფექტი: უახლოეს თვეებში პოლიტიკის შემქმნელებს და საზოგადოებრივ აზრს გაუჭირდებათ ყურადღების ფოკუსირება სხვა რამეზე, გარდა Covid-19-ის მართვისა. უკვე სხვათა შორის, ერაყში აშშ-ს ბაზებზე თავდასხმები და ვაშინგტონის განზრახვა გაეყვანა თავისი ძალების ნაწილი იქ, პრაქტიკულად შეუმჩნეველი დარჩა.

მოულოდნელი ეფექტი: მოთამაშეს შეუძლია ისარგებლოს ამ სიტუაციით და განახორციელოს „გადატრიალება“, რომელსაც ის სხვაგვარად არ განახორციელებდა სხვადასხვა გარემოებებში. “ესკალაციის ეფექტი: ადგილობრივი ინციდენტი ყოველთვის შეიძლება გადაიზარდოს უფრო ზოგად კონფლიქტში, თავად წარმოადგენს ორ ძალას შორის დაპირისპირების გამწვავების ფაქტორებს.”¹⁸²

“შესაძლებლობის ეფექტი: და ბოლოს, არ არის გამორიცხული, რომ პანდემია ასევე გვთავაზობს კონსტრუქციული წინადადებების წარდგენის შესაძლებლობას.”¹⁸³

აქედან გამომდინარე, სცენარები სამომავლო მოდელეზად უნდა იქნას განხილული, იმის გათვალისწინებით, თუ როგორ მოქმედებს COVID-19 საერთაშორისო და რეგიონულ პოლიტიკაზე. საერთაშორისო საზოგადოება COVID-19-თან თანაარსებობას განაგრძობს. ამ მხრივ, საინფორმაციო ომის ტექნოლოგიები ასევე შეიძლება ჩაითვალოს, როგორც რუსეთის ფედერაციის პოლიტიკური ხელმძღვანელობისთვის აქტიური ინსტრუმენტი, რომელიც დიდი ზეგავლენის და ზემოქმედების იარაღია ფართომასშტაბიან სცენარებზე.¹⁸⁴

¹⁸¹ იქვე, გვ.60

¹⁸² იქვე, გვ.56

¹⁸³ Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., “COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare” Lugar Laboratory Case, Poland, 2022, p.60

¹⁸⁴ იქვე, გვ.59

მსოფლიოში საინფორმაციო და ფსიქოლოგიური ომის კონტექსტში მომავალში კიდევ უფრო ინტენსიური ანალიზი მოხდება რუსეთის ჰიბრიდული ომის მასშტაბების ირგვლივ, რომელიც რუსეთ-უკრაინის ომის პირველივე დღეებიდან გამოვლინდა. ჰიბრიდული ომის ფარგლებში, მოხდა იდენტიფიცირება ისეთი მასშტაბის ტყუილი ინფორმაციისა, რაც უდიდეს საფრთხეს უქმნიდა მთელს მსოფლიოს. უშუალოდ საქართველოს 2008 წლის ომის ფარგლებში შეეხო საინფორმაციო და ფსიქოლოგიური ომის მანიპულაციის იარაღები, როცა აშკარად ვრცელდებოდა ინფორმაცია საქართველოს მიერ ომის პროვოცირებისა და დაწყების ირგვლივ. ჩვენი მიზანი, არ არის მოცემული პროცესების ანალიზი, პრევენცია ან შეკავება, რადგან ვაცნობიერებთ რომ ეს დაზვერვის და სხვადასხვა სახელმწიფო სამსახურების პრეროგატივაა. თუმცა, თავად ფეიკ ნიუსის დამაზიანებელი გავრცელების მასშტაბი და მასზე დროული რეაგირების პრევენციული ღონისძიებები სწორედაც პიარის კონტექსტში ჯდება. ტექნოლოგიების განვითარებამ ინფორმაციის მართვა უფრო და უფრო გაართულა და მასზე ზემოქმედება პრაქტიკულად შეუძლებელი გახდა. ისეთი ინსტრუმენტები, როგორც კვლევებია, წერილობითი და ჯგუფური სახით, ვფიქრობთ ვერ უძლავდება წინმსწრები განწყობების კვლევას. ტყუილს უძველესი დროიდან ახასიათებდა სისწრაფე და ხანმოკლეობა, თუმცა, დამაზიანებელი მოქმედება, როგორც იმიჯური, რეპუტაციული და ქვეყნისთვის დამაზიანებელი ყველა დროში იყო აქტუალური. მას იმ ეპოქაშიც კი ჰქონდა მძლავრი ტემპი, როდესაც თვით ეპოქაც არ იყო სისწრაფით გამორჩეული. რადგან ფეიკ ნიუსს ახასიათებს მძლავრი სისწრაფე და მასშტაბურობა და 21-ე საუკუნეში პოლიტიკურ მარკეტინგში უკვე დაფუძნებული და მიღებულია ნეირომარკეტინგული კვლევები უკეთესი შედეგის მისაღწევად შემდეგი მიგნება გამიჩნდა. არსებობს თუ არა “უსაფრთხოების მარკეტინგი” ან/და “ეროვნული უსაფრთხოების მარკეტინგი” და რა აუცილებლობებს ბადებს ის ფეიკ ნიუსის სამართავად. მსგავსი ტერმინი არ იძებნება და მოცემულობამ აჩვენა რომ უსაფრთხოების მარკეტინგი შესაძლოა იყოს ხშირ შემთხვევაში კრიტიკული სიუჟეტების აცილების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი

გზა. ამ მიმართულებებში, შეგვიძლია ცხადად გამოვყოთ მაგალითად ისტორიის ფალსიფიკაციის „ფეიკ ნიუსები“, იდენტობის ბრენდის თვითნებური წარდგენა, ქვეყნის საზღვრებით და რუკებით, საერთაშორისო აქტებით მანიპულირება და ცრუ შეხედულებების დამკვიდრება.

“უსაფრთხოების მარკეტინგი” ეს არის ტერმინი, რომელიც განსაზღვრავს ეროვნულ უსაფრთხოებაში მარკეტინგული პროდუქტის მნიშვნელობას, მის სახეს, მათზე ზედამხედველობას და მონიტორინგს”, ახდენს მის იდენტიფიცირებას და შესწავლას. ერთგვარ კონტროლს, რათა არ მოხდეს ყალბი პროდუქტის გავრცელება, რომელიც სამომავლოდ ქმნის საფრთხეს ეროვნულ დონეზე.

ამ კონოტაციით მინდა რეალური ისტორია მოგიყვეთ, ჩემი ერთ-ერთი სტუდენტი რომელიც ევროპულ გაფართოებულ სასწავლო პროგრამაზე იმყოფებოდა, სადაც სტუდენტები სხვადასხვა პოლიტიკურ მასალაზე იმიტირებულად მუშაობდნენ. სტუდენტებმა წარადგინეს საქართველოს რუკა, რომელზეც აფხაზეთი და ოსეთი საერთოდ არ იყო დატანილი. ეს რუკა ონლაინ საშუალებით მოიპოვეს და სრულიად არაპროგნოზირებადი რამ მოხდა, ჩნდებოდა საფრთხე რომ მსოფლიოდან მოწვეულ 100-ზე მეტ სტუდენტს ენახა, მიეღო და გაეაზრებინა, რომ სწორედ ეს მოცემულობაა საქართველო, რომელშიც აფხაზეთი და ოსეთი არ ფიგურირებს. ქართველმა სტუდენტმა რუკას აფხაზეთი და ოსეთი მიახატა. არსებობს თუ არა მსგავსი საფრთხე და არის თუ არა ეს რეალური პრობლემა? ვფიქრობ, რომ ეს რეალისტურია, მსგავსი მასალები რენდამულად ვრცელდება მედიაში, გუგლში იძებნება და მათზე წვდომა ყველას შეიძლება ჰქონდეს. უნდა ხდებოდეს თუ არა ამ დროს ეროვნულ დონეზე კოორდინაცია, რათა ყალბი ინფორმაცია, რომელიც ქვეყნის უსაფრთხოებას ეხება აღმოიფხვრას, დაიბლოკოს. სადაო არაა რომ ეს აუცილებელია.

ჩემი აზრით, საქართველოს მოსახლეობაში დაბალია ინფორმაციის კონტროლის მოთხოვნილება, რადგან ასე ჭარბად გავრცელებული ინფორმაციის ხშირ შემთხვევაში შეუფასებლად, გადაუმოწმებლად მიღება ხდება. ამასთან, ნეგატიური ინფორმაციის მძლავრი გამოყენება და ტირაჟირება პირდაპირმნიშვნელოვანად აზარალებს ადამიანების ფსიქიკას, შესაბამისად ჯანმრთელობას და ქმნის მაღალ

რისკებს ქვეყნის მოსახლეობის დაავადების მიმართულებით, ნებისმიერი ქმედება რაც ჯანმრთელობას აზიანებს შესაძლოა ეროვნული უსაფრთხოების კონტექსტშიც განვიხილოთ რადგან ერთგვარი მანიპულაციის შესაძლებლობას ტოვებს. მეცნიერები წლებია შეთანხმდნენ, რომ ფსიქოსომატური დაავადებების მთელი რიგი საფრთხეები არსებობს, რომელიც ხშირ შემთხვევაში ველში გავრცელებული ნეგატიური სისტემური, მსუბუქი და რუტინული წნეხის ქვეშ ვითარდება. მაგალითად: კიბო, გულსისძარღვთა დაავადებები, კუჭნაწლავის დაავადებები და სხვა. საქართველო და განვითარებადი ქვეყნები ერთ-ერთი მოწინავეა ამ დაავადებები რიგში. მაგალითად საკონცენტრაციო ბანაკებში მეორე მსოფლიოს დროს ხშირად ასმენინებდნენ პატიმრებს ვაგნერის მუსიკას, ომის დასრულების შემდეგ ვაგნერის მუსიკა ყოფილ პატიმრებზე ისევ მწვავედ რეაგირებდა როგორც პატიმრობისას, რადგან გარკვეულ საშინელ ასოციაციებს იწვევდა მათში. ისრაელის საზოგადოება მკაცრად ითვალისწინებდა ამ ფაქტორს და გარკვეული დროის მანძილზე ეს მუსიკა იყო აკრძალულიც კი. საქართველოში მსგავსი გამოცდილება არ ფიქსირდება და არავითარი აკრძალვა არ არსებობს იმ ანალოგიების მისამართით, რამაც შესაძლოა მსგავსი სტრესი გამოიწვიოს ომგამოვლილ ადამიანებში. გარდა იმისა, რომ ეს იქნებოდა ერთგვარი ჰუმანური აქტი დევნილების მისამართით, ასევე უდიდესი პროპაგანდისტული, დიპლომატიური, კორექტული თავდაცვითი ჟესტის მნიშვნელობა ექნებოდა. “მარკეტინგულ ომში არ აქვს მნიშვნელობა, რისი გაკეთება გინდა, მთავარია, რისი გაკეთების საშუალებას მოგცემს კონკურენტი.”¹⁸⁵

ნეიროფიდბეჯის და ბიოფიდბეჯის აპარატული კვლევა

ნეიროფიდბეჯი შეიქმნა ორმა მკვლევარმა დოქტორმა ჯოზეფ კამიამ ჩიკაგოს უნივერსიტეტში და დოქტორმა ბარი სტერმანმა UCLA-ში 1950-1960 წლებში ექიმმა ჯოი კამიამ აღმოაჩინა, რომ მარტივი ჯილდოს სისტემის გამოყენებით ადამიანებს

¹⁸⁵ რაისი ე., ტრაუტი ჯ., “მარკეტინგული ომები“, გამომცემლობა „პალიტრა“, თბილისი, 2019, გვ243.

შეეძლოთ აკონტროლონ საკუთარი ტვინის ტალღები. ის ავარჯიშებდა ადამიანებს ალფა მდგომარეობის მისაღწევად ზარის ხმით დაჯილდოებით. ეს იყო პირველი შემთხვევა, როდესაც ადამიანებს რეალურ დროში უკუკავშირი მიეცათ მათი EEG მონიტორინგის საფუძველზე - რამდენიმე წლის შემდეგ, დოქტორმა ბარი სტერმანმა ჩაატარა ექსპერიმენტი NASA-სთვის იმის თაობაზე, იწვევდა თუ არა რაკეტის საწვავი კრუნჩხვებს და მან გამოიყენა კატები, როგორც ექსპერიმენტის საგნები. ამ კვლევის დროს მან აღმოაჩინა, რომ კატები, რომლებმაც გაიარეს SMR ტრენინგი, მნიშვნელოვნად ნაკლებად განიცდიან კრუნჩხვებს, ვიდრე სხვა კატები. შემდეგ დოქტორმა სტერმანმა გამოიყენა ეს ტექნიკა ეპილეფსიით დაავადებულ ადამიანებზე, სადაც აღმოაჩინა, რომ სუბიექტების 60%-ს შეეძლო ეპილეფსიური კრუნჩხვების შემცირება 20-100%-ით და რომ შედეგები გრძელვადიანი იყო.

1970-იან წლებში დოქტორმა ჯოელ ლუბარმა პირველად დაიწყო კონტროლირებადი კვლევების ჩატარება ბავშვების, მოზარდებისა და მოზარდების მიმართ ნეიროფეიდეკის ტრენინგების გამოყენებით ყურადღების დეფიციტის ჰიპერაქტიურობის აშლილობის (ADHD) სამკურნალოდ. მას შემდეგ გაჩნდა კვლევების მნიშვნელოვანი ნაწილი ADHD-ისთვის ნეიროფეიდექ თერაპიის ეფექტურობის შესახებ, სადაც მრავალი კვლევა აჩვენებს მნიშვნელოვან და გრძელვადიან გაუმჯობესებას ნეიროფეიდექის ვარჯიშის შემდეგ. 1970-იანი წლებიდან მოყოლებული, ADHD-ის ნეიროფეიდექ თერაპიის არსებითმა კვლევამ აჩვენა მნიშვნელოვანი და ხანგრძლივი გაუმჯობესება.

არსებობს ტვინის ტალღების ხუთი ტიპი (დელტა, თეტა, ალფა, ბეტა და გამა), ისინი დაკავშირებულია ცნობიერების სხვადასხვა მდგომარეობასთან, მათ შორის სიფხიზლესთან, მოდუნებასთან, ისევე როგორც ძილს, და მათ შეუძლიათ წარმოადგინონ ინფორმაცია თქვენი ამჟამინდელი ფსიქიკური მდგომარეობის შესახებ.

მაგალითად, მათ შეუძლიათ მიუთითონ, როდესაც გრძნობთ დაღლილობას, კონცენტრირებას ან მოდუნებულს. ასე რომ, როდესაც მშვიდად ხართ, თქვენი ტვინის აქტივობის გაზომვები სავარაუდოდ აჩვენებს გაზრდილი ალფა ტვინის ტალღის აქტივობას. მეორეს მხრივ, თუ სტრესული და გადატვირთული ხართ,

უფრო სავარაუდოა, რომ მაღალი ბეტა იყოს თქვენი ტვინის ტალღების დომინანტური სიხშირე.

ახლა წარმოიდგინეთ, როგორ თამაშობთ ვიდუო თამაშს, როდესაც თქვენი ტვინის ტალღების აქტივობა გაზომილია EEG-ით. ამ თამაშში თქვენ მართავთ მანქანას და უნდა შეინარჩუნოთ სიმშვიდე, რათა დარჩეთ გზაზე. სიმშვიდის მდგომარეობაში შესვლისას, სენსორები ზომავენ თქვენი ტვინის აქტივობას და თამაში ასახავს აქტივობას რეალურ დროში რეაგირებით. რაც უფრო მშვიდი ხართ, მით უფრო სწრაფად მიდის მანქანა. პირიქით, თუ დაიწყებთ შფოთვის, მანქანა შეანელებს. ამ გზით, თამაში აჯილდოებს რელაქსაციას, ეხმარება ტვინის ვარჯიშს სიმშვიდის შესანარჩუნებლად. ეს ორმხრივი მიდგომა ნიშნავს, რომ ნეიროფიდბეკი გასწავლით თქვენი ტვინის ფუნქციის უკეთ რეგულირებას.

ტერმინი ბიოუკუკავშირი, პირველად გაჟღერდა 1969 წელს მეორე მსოფლიო ომის დროს და ის ერთგვარ „რეალურ დროში ფიზიოლოგიური სარკე“-ს წარმოადგენს. ის აღიქვამს სიმპათიკურ და პარასიმპათიკურ ნერვულ სისტემებს და აფიქსირებს ემოციებს რეალურ დროში. მანამდე მიიჩნევდნენ, რომ ფიზიოლოგიურ ფუნქციებში ცვლილებები მხოლოდ უნებლიე ან რეფლექსური პროცესების შედეგად შეიძლება მომხდარიყო. მეცნიერ, ნილ მილერის ექსპერიმენტების სერიაში ცხოველებზე აჩვენა, რომ ANS-ის სხვადასხვა ფუნქციების ოპერაციული კონდიცირება შესაძლებელია. ამრიგად, ბიოფიდბეკი ფსიქოლოგიაში თერაპიის ალტერნატიული ფორმაა, რომელიც ფიზიოლოგიური მოთხოვნილებების ნებაყოფლობით კონტროლს ქმნის პაციენტში.

კვლევა¹⁸⁶ მიმდინარეობდა მთელი წლის მანძილზე და მისი ყოველი ერთეული ოთხი ნაწილს მოიცავდა:

1. ცდისპირი ხელს აწერდა კონფედენციალობის დოკუმენტს და ავსებდა ანკეტას განწყობის შესახებ

¹⁸⁶ კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მიერ, ფუნდამენტური გრანტის ფარგლებში, დაფინანსდა ულტრათანამედროვე კვლევა ნეიროფიდბეკის და ბიოფიდბეკის აპარატებზე, რომლის ფარგლებშიც ვიკვლიე აზრის ლიდერები, ასი ცდისპირი, პიარის მანიპულაციების გავლენაზე.

2. ცდისპირი უყურებდა ეკრანს კადრის გარეშე და ორივე აპარატი ჰქონდა დამონტაჟებული თავსა და ხელზე (8 წუთის განმავლობაში).

3. ცდისპირი უყურებდა მარკეტინგულ პროდუქტს: პროპაგანდის ვიდეოებსა და პოლიტიკოსების გამოსვლებს (8 წუთის განმავლობაში)

4. სულ ბოლოს კი ავსებდა ანკეტას დეტალური კითხვებით. (17 შეკითხვა ნანახი ვიდეოების ირგვლივ)

კვლევაში გამოყენებული იყო ევროკავშირში ინტეგრაციის თემატიკა და საქართველო-ევროკავშირის ურთიერთობების მნიშვნელოვანი მოვლენების ქრონოლოგია. ცდისპირებმა ნახეს სულ ცხრა მასალა, მათგან სამი პროპაგანდული კლიპი, ხოლო ექვსი სიტყვით გამომსვლელი სხვადასხვა პოლიტიკური ფიგურა.

პროპაგანდული ვიდეო კლიპი

1. აშშ-ს საელჩოს კლიპი - “ის რაც მიუღწეველი ჩანს ცალკე,¹⁸⁷ - შესაძლებელი ხდება ერთად! საქართველოს აერთიანებ შენ!” ქრონომეტრაჟი 1.47 წთ ნახვა სოციალურ ქსელებით 1.6 მლნ გამოქვეყნების თარიღი 16 მაისი 2022 წელი. წამმდვარებული ტექსტი: „ქართველ ხალხს დამოუკიდებელი და სუვერენული სახელმწიფოს შენების გზაზე არაერთხელ შეხვდა რთული გამოწვევა. ბევრს არ სჯეროდა საქართველოს შესაძლებლობების, ბევრი დღესაც ამჯობინებს სკეპტიკურ მხარეს დარჩეს. თუმცა საბედნიეროდ ისტორია გვაჩვენებს რომ რაც არ უნდა რთული იყოს გამოწვევა და შორს ჩანდეს მიზანი”.¹⁸⁸

2. თიბისი ბანკის კლიპი - “100 წელი საქართველოს პირველი დემოკრატიული რესპუბლიკის დაარსებიდან.”¹⁸⁹ 100 ავტორის მიერ მოთხრობილი 100 წელი.

¹⁸⁸ აშშ-ს საელჩოს კლიპი - “ის რაც მიუღწეველი ჩანს ცალკე - შესაძლებელი ხდება ერთად! საქართველოს აერთიანებ შენ!” <https://www.youtube.com/watch?v=lozqHz57hc0> [ბ.წ 07.06.2023]

¹⁸⁹ თიბისი ბანკის კლიპი - 100 წელი საქართველოს პირველი დემოკრატიული რესპუბლიკის დაარსებიდან https://www.facebook.com/tcbank/videos/10155505918611188/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C&mibextid=2Rb1fB&ref=sharing [ბ.წ 07.06.2023]

მუსიკა გია ყანჩელი, ნიკა მაჩაიძე. 5000 ნახვა სოციალურ მედიაში.
ქრონომეტრაჟი 1.38 წთ, 2018 წელი 26 მაისი გამოქვეყნების თარიღი

3. საქართველოს ბანკის პროპაგანდული კლიპი, ¹⁹⁰“გილოცავთ საქართველოს დამოუკიდებლობის დღეს” ქრონომეტრაჟი 1.48 წთ, 25 მაისი 2020 გამოქვეყნების თარიღი, 1,3 მლნ ნახვა სოციალურ ქსელში

კვლევაში გამოვიყენე ასევე 6 პოლიტიკური მიმართვა:

1. ზურაბ ჟვანია - “მე ვარ ქართველი, მაშასადამე მე ვარ ევროპელი”¹⁹¹

"მე ვარ ქართველი და, მაშასადამე, ვარ ევროპელი!" - ეს სიტყვები საქართველოს აწგარდაცვლილმა პრემიერ-მინისტრმა ზურაბ ჟვანიამ 1999 წელს ევროსაბჭოს გენერალური ასამბლეის სხდომაზე წარმოთქვა.¹⁹² წყარო იუთუბ არხი 2014. 27.06 გამოქვეყნების თარიღი

2. მიხეილ სააკაშვილი - საქართველოს მესამე პრეზიდენტი - ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალების შესახებ - “ზურაბი ძალიან მიყვარდა მისი სახელი ჩემთვის არის წმინდათაწმინდა”,¹⁹³ წყარო ინფო 9 17.10.2023 გამოქვეყნების თარიღი

სააკაშვილის კომენტარი ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალების ხელახალ გამოძიებაზე. ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალების საქმეზე ხელახალ გამოძიებასთან დაკავშირებით, კომენტარი საქართველოს პრეზიდენტმა მიხეილ სააკაშვილმა სამეგრელოში გააკეთა. იგი აცხადებს, რომ ჟვანიას გარდაცვალება უბედური შემთხვევა იყო.¹⁹⁴ „მე არ ვიცი, ვინ რას ლაპარაკობს. ზურაბ ჟვანია იყო ჩემი ახლო მეგობარი. ყველამ ძალიან კარგად იცის, იქ რა მოხდა. იყო უბედური შემთხვევა. ცუდი იყო რაც მოხდა, მაგრამ ფედერალური გამოძიების ბიუროს დეტალური დასკვნა არსებობს, ოჯახი ამ დასკვნას იცნობს. ჩვენ ეს დასკვნა გასაგები მიზეზების გამო არ გამოვაქვეყნეთ,

¹⁹⁰საქართველოს ბანკის პროპაგანდული კლიპი, “გილოცავთ საქართველოს დამოუკიდებლობის დღეს” https://www.facebook.com/BankOfGeorgia/videos/560865551285128/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C&mibextid=2Rb1fB [ზ.ნ 07.06.2023]

¹⁹¹ზურაბ ჟვანიას ვიდეო მიმართვა "მე ვარ ქართველი და, მაშასადამე, ვარ ევროპელი!" იხ., <<https://www.facebook.com/watch/?v=544892557299240>> [07.06.2023]

¹⁹³ იქვე.

¹⁹⁴ <https://info9.ge/politika/87052.html> [17.10.2013]

იმიტომ, რომ საქმე ეხება ადამიანის ბევრ ღრმა და ისეთ დეტალს. ნამდვილად, ჩემთვის ზურაბის სახელი იყო წმინდათაწმინდა. თუ ეს არ არის ხელშეუხებელი ვინმესთვის, მათ შორის არც ოჯახის წევრისთვის, მის სინდისზე იყოს. მე ძალიან მიყვარდა ზურაბ ჟვანია და მისი რეპუტაცია, მისი სახელი და მისი ხსოვნა ჩემთვის არის წმინდათაწმინდა. ყველამ ყველაფერი იცის და ზღაპრები მოუყვნენ ერთმანეთს და „სასვალ-დასასვალის“ ჟურნალისტებს“.¹⁹⁵

3. ივანე მერაბიშვილი - ბრიფინგი ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალების თემაზე, წყარო რადიო თავისუფლება 03.02.2016 სტუდია “რეპორტიორი”, რადიო თავისუფლება” “ეს არის გაზით მოწამვლის ფაქტი, იმ ოთახში ვიმყოფებოდი, (ასწორებს) იმ ოთახში დამონტაჟებული იყო ირანული გაზქურა, ალბათ მოხდა ეს უცაბედად რადგან, რადგანაც ბატონი ზურაბ ჟვანია იჯდა სავარძელში.”¹⁹⁶

4. კელი დეგნანი - აშშ-ს საქართველოში სრულუფლებიანი ელჩი - „მინდა მკაფიოდ განვაცხადო, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები საქართველოს ომში ჩათრევას არ ცდილობს და მზაკვრული ნარატივი „ფეესბეს“ დეზინფორმაციის სახელმძღვანელოდან გრძელდება“,¹⁹⁷ - ამ განცხადებას საქართველოში ამერიკის ელჩი, კელი დეგნანი აკეთებს. მისი თქმით, შეერთებული შტატები უკრაინაში ომის შესაჩერებლად ყველაფერს აკეთებს და ამერიკას ომის გაფართოება არანაირი ფორმით არ სურს. კელი დეგნანის განცხადებას მმართველ გუნდში აფასებენ და სტრატეგიულ პარტნიორთან, ამერიკასთან ურთიერთობის მნიშვნელობას ხაზს უსვამენ. მათი თქმით, დღეს არსებულ გეოპოლიტიკურ მოცემულობაში, საქართველოს უსაფრთხოებისთვის და კეთილდღეობისთვის ამერიკასთან და ევროკავშირთან ურთიერთობებს განსაკუთრებულად უნდა გავუფრთხილდეთ. მაკა ბოჭორიშვილის განცხადებით, საქართველოს უსაფრთხოებისთვის საფრთხის

¹⁹⁵ წყარო ინფო 9 <https://info9.ge/politika/87052.html> [07.06.2023]

¹⁹⁶ მერაბიშვილი ივანე - ბრიფინგი ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალების თემაზე, წყარო დარბო თავისუფლება 03.02.2016 სტუდია “რეპორტიორი”, რადიო თავისუფლება”<https://www.palitravideo.ge/video/68272-rogor-amcno-merabishvilma-zhvanias-gardacvaleba-saqarthvelos-tragikuli-dghis> [ბ.5 07.06.2023] <https://www.palitravideo.ge/video/68272-rogor-amcno-merabishvilma-zhvanias-gardacvaleba-saqarthvelos-tragikuli-dghis> [ბ.5 07.06.2023]

¹⁹⁷ საზოგადოებრივი არხის იუთუბ არხი, <https://www.youtube.com/watch?v=Y9ng1z43D0w> [ბ.5 07.06.2023]

შემქმნელი რუსეთია, რასაც ბოლო 30 წელია ყველა ვუყურებთ. 30.06.2022 გამოქვეყნების თარიღი ¹⁹⁸

5. ალტ ინფო - წყარო “ტია ჯი” თემა: ევროკავშირის კითხვარი საჯარო გახდა” “ევროკავშირში გაწევრიანების მომხრე ვინც არის, ნუ დღეიდან, მანამდეც ასე იყო. დღეიდან უკვე ოფიციალურად ასეა. გაწევრიანების მომხრე ვინც არის ის გეი აქტივისტია. არანაირი სხვა გზა აღარ გვრჩება. ¹⁹⁹ 16.04.2022 გამოქვეყნების თარიღი

6. ალტ ინფო - მეხუთე ვიდეოც პოლიტიკური კონტექსტისაა “ალტ ინფოს” მცირე ქრონომეტრაჟის კადრია რომელიც მიმდინარეობს ხმის გარეშე და აწერია ტიტრად “ევროკავშირი გაიკეთეთ უკან”.²⁰⁰

კვლევა მიმდინარეობს რამდენიმე ეტაპად. პირველყოფილისა ცდისპირი ავსებს ანკეტას რომ გავმიჯნოთ ცდისპირის ასაკი, სქესი, სოციალური მდგომარეობა და ქალაქი, ამასთან განწყობა რომლითაც ის მოვიდა კლინიკაში. ცდისპირი ავსებს თანხმობის წერილს და აწერს ხელს რომ თანახმაა მიიღოს მონაწილეობა კვლევაში და მისი მასალები დამუშავდეს კვლევის მიზნებისთვის კონფედენციალობის წესის დაცვით. შემდეგ ხდება ცდისპირის თავის ტვინის გადაღება ნეიროფიდბექის²⁰¹ და ბიოფიდბექის²⁰² მეშვეობით ერთდროულად რათა გაირკვეს ცდამდე ცდისპირის განწყობა, აღზნების დონე, კონცენტრაციის დონე, ამ პროცესში ის არ უყურებს ვიდეო მასალას, არამედ ცარიელი სივრცის მიმართ აქვს მზერა მიპყრობილი და მხოლოდ საკუთარ თავთან რჩება, მის ფიქრებთან და განცდებთან.

¹⁹⁸ საზოგადოებრივი არხის იუთუბ არხი, იხ. <https://www.youtube.com/watch?v=Y9ng1z43D0w> [ბ.წ 07.06.2023]

¹⁹⁹ ატლ ინფო წყარო “ტია ჯი” https://www.facebook.com/watch/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C&mbextid=2Rb1fB&v=590736728782422 [ბ.წ 07.06.2023]

²⁰⁰ იქვე.

²⁰¹ კოტრიკაძე მ., „ფსიქოლოგიური ომის თანამედროვე გამოწვევები, პირველი ულტრათანამედროვე კვლევა ტყუილსა და პროპაგანდაზე თავის ტვინის იმპულსების შესასწავლად ნეიროფიდბექის აპარატით.“17th Internationaln Silk Road Conference, IBSU Uublications, Tb., თბილისი, 2023, გვ.249-256

²⁰² Kotrikadze M., article “The Candidate as a “Political Goods” and the Electorate as a “Potential Client”: The Role of Public Relation on Political Campaign”, [Indonesian Journal of Cultural and Community Development](https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/869/1036?fbclid=IwAR33WLBSC22uFjaGupygZR5L8gK8Lpfvs8jg-MBarTbW3fSeHL-kj2gNstU). <https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/869/1036?fbclid=IwAR33WLBSC22uFjaGupygZR5L8gK8Lpfvs8jg-MBarTbW3fSeHL-kj2gNstU> [L.S 22.11.2022]

შემდეგ, ვაჩვენებთ ცდისპირს რვა წუთიან ვიდეოს, რომელშიც შედის როგორც სამი პროპაგანდული კლიპი, ასევე ექვსი პოლიტიკური გამომსვლელის მცირე ვიდეო ჭრები. ამის შემდეგ, განხორციელდა კვლავ კითხვარის შევსება, რომელშიც დეტალურად ჩავეკითხეთ რამ მიიზიდა, რამ გააღიზიანა, კონკრეტულად რა მასალამ ან რა დეტალმა ცდისპირი. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ რადგან ორივე მასალა იდენტური ქრონომეტრაჟისა იყო (რვა წუთი) შესაძლებელი გახდა დეტალური დაკვირვება და შეგვიძლია ვიმსჯელოთ მსგავსი დროის შუალედში როგორ იქცევა ადამიანის პერიფერიული ნერვული სისტემა ვიდეოს ყურების მომენტში და როდესაც არაფერს უყურებდა.

ამის შემდგომ, თავის ტვინსა და პერიფერიაზე გადაღებული ერთეული ცდისპირის მასალა გავაგზავნეთ ამერიკის შეერთებულ შტატებში ნეიროფიზიოლოგების მასალების შემსწავლელ ცენტრში. საიდანაც დაგვიბრუნდა დამუშავებული, ერთგვარი ტვინის რუკები, რომელიც მოიცავს როგორც პირველად სურათს ასევე მასალის ყურებისას არსებულ შედეგებს. მასალებს დანართად ვერ წარვადგენ, რადგან ის კონფიდენციალურია და ამის ვალდებულება მაქვს აღებული როგორც მკვლევარს, რომ არსად იქნეს გამოქვეყნებული პერსონალური ინფორმაცია. იმისათვის, რომ წარმოდგენა შექმნა მკითხველს რა მოცულობის სამუშაო შესრულდა გაგაცნობთ ციფრობრივად მასალის გვერდების რაოდენობას: ცდისპირის თანხმობის განაცხადი 100 გვერდი, ცდისპირთა პირველადი კითხვარი 200 გვერდი, ცდისპირთა მეორადი კითხვარი 300 გვერდი, ცენტრალური და პერიფერიული ჩანაწერები 200 ფაილი, დამუშავებული ფაილები “Eeg professional”-ის მიერ ერთეული 44 გვერდი სულ 4400 გვერდი.

აღზნების მატებას ვაზუსტებთ პერიფერიულ ნერვულ სისტემაზე დაკვირვებით, ხოლო განწყობებს პერიფერიული ნერვული სისტემაში გამოკვეთილ პოზიტიური ემოციის კვლევით. ძირითადი მონაცემი მოგვცა პერიფერიულმა ნერვულმა სისტემამ, რადგან ცენტრალურ ნერვულ სისტემას ვერ დავეყრდენით, ვინაიდან შესაძლებლად მივიჩნიეთ, რომ ადამიანზე მრავალი გარე ფაქტორი შეიძლება ყოფილიყო კვლევის პროცესში: გადაღლა, დისკომფორტი, ან სხვა მოვლენა რაც

იმოქმედებდა ცენტრალ ნერვულ სისტემაზე, თუმცა ეს მონაცემი მაშინვე არ აისახებოდა ჩანაწერზე, ან აისახებოდა დაგვიანებით და შეგვიყვანდა შეცდომაში.

კვლევის ჰიპოთეზა: (H1) პოლიტიკური პიარის მანიპულაციებს აქვს მნიშვნელოვანი გავლენა საქართველოს ელექტორატზე; (H2) პოლიტიკურ პროპაგანდას საქართველოს აზრის ლიდერებში აქვს დადებითი გავლენა;

მოწოდებული მასალები დამუშავდა და გამოიკვეტა ოთხი პოტენციური ჯგუფი, რომელთაც პირობითი სახელები დავარქვით:

მაღალი აღზნება, მაღალი პოზიტიური ემოცია; - Research

დაბალი აღზნება, დაბალი პოზიტიური ემოცია; -Neutral

მაღალი აღზნება, დაბალი პოზიტიური ემოცია - High Emo

დაბალი აღზნება; მაღალი პოზიტიური ემოცია; - Low Emo

მას შემდეგ, რაც გამოიკვეტა ჯგუფები და კითხვარებს შევადარე ჩანაწერების შედეგები, გამოიკვეტა:

მონაწილეთა 96%-ზე გავლენა იქონია ვიდეოებმა: მოიმატა, ან დაიკლო პერიფერიული ნერვული სისტემის როგორც აღზნების, ასევე დადებითი ემოციის დონემ. ამ მონაცემით, შეგვიძლია დავასაბუთოთ პირველი ჰიპოთეზა და თამამად შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ როგორც პროპაგანდის, ასევე საჯარო გამოსვლის შემთხვევაში გავლენა ცდისპირებზე 96%-ია, რაც შეგვიძლია მნიშვნელოვან შედეგად მივიჩნიოთ. აქვე, უნდა ითქვას, რომ დარჩენილი 4%-ის შემთხვევაშიც გავლენა იყო სხვადასხვა ნაწილში, მაგრამ არა ყველა ცვლადაში. სულ 4 ადამიანი იყო ისეთი, რომელთა შემთხვევაშიც აღზნება არ შეიცვალა და დარჩა იგივე, თუმცა პერიფერიულმა ნერვულმა სისტემამ განიცადა ცვლილება.

პოლიტიკური პროპაგანდის ვიდეოებზე გამოვლინდა მხოლოდ 2% ნეგატიური განწყობისა, ხოლო პოლიტიკურ გამომსვლელებზე 98% გამოიკვეტა ნეგატიური განწყობა. ამ მოცემულობით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, რომ პროპაგანდას საქართველოში არ აქვს ნეგატიური გავლენა და პოლიტიკურ პროცესებში უმჯობესია, სწორედ პროპაგანდული ვიდეოებით იმუშაოს პოლიტიკურმა

პიარმა. ვიდეოები, რომლებიც ადამიანს ახსენებს პოზიტიურ გამოცდილებას, ახალგაზრდობას, ბავშვობას, ოჯახს, გამარჯვებულ ქვეყანას და გარკვეულ სენტიმენტებს დადებითად აისახება ფსიქიკაზე და ვლინდება, რომ ნეგატიური განწყობა ქვეითდება. მოცემული მიგნება ადასტურებს მეორე ჰიპოთეზას და ნათლად ჩანს, რომ პოლიტიკური პიარის ინსტრუმენტებიდან პროპაგანდა საქართველოს მაგალითზე ნამდვილად საჭირო ინსტრუმენტია.

უმნიშვნელოვანეს მიგნებად მიმაჩნია, რომ კვლევის ფარგლებში გამოვლენილი მასალებიდან ასევე ნათლად გამოჩნდა, რომ ყველა ცდისპირი საშუალოდ 30%-ით იტყუება ანკეტის შევსების მომენტში. პერიფერიული ნერვული სისტემა თუ დადებით ემოციას აჩვენებს, ანკეტაში წერია ნეგატიური შიგთავსი: შიში, შფოთვა, გაღიზიანება, მიუღებლობა, გავლენა და ა.შ ასეთი სხვაობა ჩვიდმეტიდან მინიმუმ ექვს კითხვაში ვლინდება, რომ განვაზოგადოთ და საერთო პროცენტი დავითვალოთ საშუალოდ 30% ტყუის. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ცდისპირები არ იყვნენ უცხო, გარედან მოსული ადამიანები, იყვნენ კეთილგანწყობილები და დახმარებისთვის ორიენტირებულები, რაც მაფიქრებინებს, რომ ნეიტრალური ჯგუფის შემთხვევაში, სადაც კვლევის ავტორის მიმართ სრულიად ნეიტრალური იქნებოდა განწყობა, შედეგად შესაძლოა კიდევ უფრო მაღალი ტყუილის კომპონენტი აღმოჩენილიყო. მოცემულობა, მაფიქრებინებს, რომ ანკეტირებული კვლევები ვერ იქნება რელევანტური, რადგან საშუალოდ ცხრა პროცენტის ნაცვლად მათში მინიმუმ 30% ტყუილია, რაც ვერანაირად ვერ მოგვცემს რეალურ სურათს და კვლევაც არარელევანტურია. თუმცა, მაქვს მოსაზრება რომ ონლაინ კვლევა (სოციალური მედიის კვლევა) იქ სადაც პერსონალური ინფორმაცია არ ფიქსირდება შესაძლებელია უფრო მართებული იყოს საქართველოში. რასაც ვერ ვიტყვოდი სატელეფონო კვლევებზე, რადგან მოქალაქეთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ მათი სატელეფონო კავშირები არ არის დაცული. ამ საკითხში დიდი წვლილი აქვს, იმ გავრცელებულ რეპორტაჟებსაც, სადაც იწერენ ხმას, დაუმონტაჟებლად ხვდება ეთერებში, არ არსებობს რეგულირება ჩანაწერის ავთენტურობის, არავის მოეთხოვება პასუხი იმ შემთხვევაშიც, როდესაც ფარულად იწერს და ავრცელებს, მოიპოვებს კომპრომატებს და ა.შ ფარული ვიდეო ჩანაწერები, სახმო სიგნალების

ჩანაწერები ცნობილ ადამიანებზე, ეგრეთწოდებული „დიფ ფეიკი“-რომელთან ბრძოლაც მსოფლიო გამოწვევაა და არ არის ლოკალური პრობლემა, მაგრამ აქ არის მძაფრი დაუცველობის განცდა. ტყუილს და მცდარ ინფორმაციას იკვლევს მთელი მსოფლიო, მით უფრო რომ მესამე მსოფლიო ომის რეალური საფრთხის წინაშე ვდგავართ. უკრაინა იკვლევს და ამზადებს შესაბამის ვებგვერდს,²⁰³ რომელიც უშუალოდ მცდარი ინფორმაციის გამოვლენის შემცირებას ემსახურება. საქართველოში, კი მსგავსი პორტალი არ არსებობს. საქმე იმაშია, რომ მოცემულ გვერდს გააჩნია ძალიან დიდი რესურსი, კარგი პრომოციის შემთხვევაში საუკეთესო შედეგსაც დადებდა, რადგან მსოფლიოს ყველა წერტილიდან ადამიანს, რომელიც დარეგისტრირებულია მოცემულ გვერდზე, სრულიად მარტივი რეგისტრაციის წესით, შეუძლია „დაარეპორტოს“, ანუ ამცნოს მის საერთო მეგობრებს და ონლაინ (სხვადასხვა) ქსელის ადმინისტრაციას რომ ეს ინფორმაცია მცდარია. ეს მოქმედება საკმაოდ მძლავრი რესურსის მქონეა და საქართველოშიც რომ არსებობდეს, მივესალმებოდი. მედია, როგორც პოლიტიკური სპექტრი და საზოგადოება პოლარიზებულია, რაც მნიშვნელოვნად ზრდის ეროვნული უსაფრთხოების დონეზე საფრთხეებს. 2023 წლის 10 აგვისტოს საქართველოს პარლამენტში დაიწყო მსჯელობა „ცენზურის კანონის შესახებ“, რამაც მედია ორგანიზაციების და არასამთავრობოების გაღიზიანება გამოიწვია, ამავე წელს გაჩნდა კანონპროექტი „უცხო გავლენის აგენტების შესახებ“, რასაც ასევე მწვავე რეაქცია მოჰყვა. უნდა ფლობდეს, თუ არა საზოგადოება ინფორმაციას დაფინანსების წყაროების შესახებ და უნდა დადგეს თუ არა გარკვეული ეთიკური ნორმების სავალდებულო განხორციელების ვალდებულება. ამ საკითხებს მოცემული თემის ფარგლებში ვერ დავფარავთ, თუმცა ვფიქრობ, ამ ეტაპზე რომ დავსვით შეკითხვა ესეც წინ გადადგმული ნაბიჯია, რადგან ისევ კვლევაზე დაყრდნობით რომ ვიმსჯელოთ რადგან მასაზე ახდენს 96% გავლენას ინფორმაცია, უნდა დადგეს მისი რეგულირების საკითხიც, ერთი მხრივ მისი თავისუფლების სავალდებულოდ დაცვის, მეორე მხრივ კი ამავე თავისუფლების

²⁰³უკრაინის რესპუბლიკის ტრული ინფორმაციის ამოცნობის ვებ გვერდი <https://www.stopfake.org/en/main/>, [ბ.ნ 8.20.2023]

დარეგულირებისა, იმ საზღვრებში როდესაც ადამიანის უფლება არ ირღვევა. სულ კვლევის ფარგლებში მონაწილეობა მიიღო 100-მა ცდისპირმა, აქედან 30% იყო ექსპერტი.

ცდისპირთა უმრავლესობა გააღიზიანა ისეთმა დეტალებმა, როგორცაა ტუჩსაცხის ფერი, სწრაფი კადრი, თვალის ფერი და მიიზიდა ახალგაზრდობასთან დაკავშირებულმა, უნივერსიტეტის, ოჯახის კადრებმა, ნოე ჟორდანიას კადრები კი ცდისპირთა 70%-მა მოიწონა. ევროკავშირის თემას არ შეეხო, არ გამოყო, როგორც საინტერესო მომენტი, არ მიიჩნია მიმზიდველად არც ერთმა ცდისპირმა, კელი დეგნანის მიმართ, კი 40%-მა ნეგატივი გამოთქვა. პერსონალური ნეგატივის გამოხატვა არ გაუჭირდათ ცდისპირებს, თუმცა თუ იგივე 40% სავარაუდოდ არ ემხრობოდა ნარატივს ევროკავშირთან დაკავშირებით, მან ეს არ გამოხატა პროპაგანდული ვიდეოს მიმართ. ამიტომ, უნდა შეიზღუდოს მწვავე, გლობალურ თემებზე, საჯარო გამოსვლები და საზოგადოებას უნდა ვესაუბროთ მასშტაბში, პირად ემოციასთან თანმხვედრ პროდუქტებით, ისეთი როგორც არის პროპაგანდა.

III.II პროპაგანდა როგორც პოლიტიკური მანიპულაცია და უსაფრთხოების დილემა (ჩაღრმავებული ინტერვიუ)

საქართველოში პროპაგანდის როლისა და მნიშვნელობის განსაზღვრის მიზნით მივმართე პოლიტოლოგიის ექსპერტებსა და პიარის ხელმძღვანელებს/სპეციალისტებს, რომლებიც სხვადასხვა დროს იყვნენ კერძო და სახელმწიფო უწყებებში დასაქმებულები.

პოლიტოლოგიის ექსპერტები: კობა ნარჩიმაშვილი ყოფილი შინაგან საქმეთა მინისტრი და დეპუტატი, ნიკა ჩიტბე პოლიტოლოგი და ექსპერტი, დავით კუხალაშვილი [იხ., დანართი 13, გვ. 270-272] პოლიტოლოგი/ექსპერტი და პიარები ანუკი წიკლაური სპეციალური საგამომიებო სამსახურის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი, თეა პერტაია საქართველოს ჯანმრთელობის ეროვნული სააგენტოს საზოგადოებასთან ურთიერთობის უფროსი, რომელიც წლების მანძილზე იყო შინაგან საქმეთა სამინისტროს პიარის

დეპარტამენტის უფროსი, მარინე გიგინეიშვილი ჟურნალისტთა კავშირის უფროსი და ლილე ხმალაძე ჯანდაცვის სამინისტროს კომუნიკაციების სპეციალისტი.

კითხვაზე: რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან?

ყველა რესპონდენტი თანხმდება რომ პიარის როლი და კომპეტენცია უმნიშვნელოვანესია და განსაკუთრებით საფრთხილოა მასთან დამოკიდებულება, როდესაც თემა ეროვნულ უსაფრთხოების რანგში განიხილება. თუმცა კობა ნარჩემაშვილის თქმით მოცემული თემა წლების წინ არ იყო ასე აქტუალური, რადგან ინფორმაცია ვრცელდებოდა ნელა და მასზე ზედამხედველობა არ ჰქონდა.

“კომუნიკაციების, განსაკუთრებით მასობრივი კომუნიკაციების განვითარებამ გაცილებით აქტუალური გახადა, დააჩქარა პროცესები. თუკი ჩვენ ვიანგარიშებთ ორმოცდაათი წლის წინ რამდენი დრო გვქონდა პოლიტიკური პიარის წარმოებისთვის, მაგალითად ამა თუ იმ სუბიექტს, მაგალითად მეორე მსოფლიო ომის დროს, იგივე კარიბის კრიზისის დროს და რა მცირე დროა დღეს ამ თვალსაზრისით გადაწყვეტილების მიღებისთვის ესაა თვალსაჩინო მაგალითი იმისთვის, რომ რამდენად დაჩქარდა დროში ამ მიმართულებით გადაწყვეტილებების მიღება.” ექსპერტი ხაზს უსვამს ღია და დახურული არხებით ინფორმაციის დამუშავებას, მისი აზრით ახალი პოლიტიკა არ უნდა დაეყრდნოს მხოლოდ აგენტურულ ინფორმაციას, არამედ ქვეტექსტის კითხვაც უნდა ისწავლოს ღია არხებში: “მთავარია საფრთხის იდენტიფიცირება, უსაფრთხოების კომპონენტში, აღმოჩენა, როგორც ფარული ისე ღია არხებიდან. ღია არხები არის მედია, სოც მედია, პრესა, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები. როდესაც ქვეყნის უსაფრთხოების სამსახური მუშაობს თემაზე, ის არ მუშაობს მხოლოდ აგენტურით მიღებული ინფორმაციით. ის მუშაობს, როგორც დახურული არხებიდან მიღებული, აგენტურული, დაზვერვის მიმართულებით, ან კონტრ დაზვერვის მიერ მოწოდებული ინფორმაციებით, ასევე ღია არხებიდან მიღებული ინფორმაციით.” არსებობს ანალიტიკური სამსახური, მთავარი და უმნიშვნელოვანესია ინფორმაციის მოპოვება და მიღება. მაგრამ არანაკლებ

მნიშვნელოვანია ინფორმაციის მიღება და დამუშავება ღია არხებიდან. “მაგალითად ღია ტექსტით წერია “ფიდემი”, ან “ფაინენშალ თაიმსში”, ან “ნიუორკ თაიმსში”, მაგრამ ამ ინფორმაციის უკან ანალიტიკოსი უნდა იყოს აღჭურვილი იმ ცოდნით და გამოცდილებით რომ იქ კითხულობდეს საჭირო და მნიშვნელოვან ინფორმაციას, ანუ ქვეტექსტს. “

პრ-ი კაცობრიობის თავდაპირველი კულტურის გაჩენასთან ერთად წარმოიშვა, საზოგადოების აზრის ფორმირებაზე და ზეგავლენაზე ანტიკური ხანიდან დაიწყეს მუშაობა. ბერძნული სიტყვა იდიოტეს [ἰδιότης] ასოცირდებოდა ისეთ ადამიანთან, რომელიც სოციალური ცხოვრებისგან სხვადასხვა ფორმის იზოლაციას განიცდიდა. ძლიერ საგულისხმოა, რომ ამ სიტყვის უარყოფითი კონოტაციის ხარისხი პროცესში მკვეთრად გაიზარდა. ასევე, მნიშვნელოვანია, რომ ბერძნული კულტურის ფესვებიდან მოდის კომუნიკაციის ნორმების დამუშავების პირველი მცდელობა დემოკრატიული საზოგადოებისთვის.

სავარაუდოდ, ეს არის კაცობრიობის განაჩენი სოციალური კომუნიკაციის ინდიფერენტული დამოკიდებულების მიმართ. პოლიტიკური პრ-ი ანუ პოლიტიკური საზოგადოებასთან ურთიერთობა (ინგლისურიდან Political public relation) არის პოლიტიკური სუბიექტების სპეციალიზებული საქმიანობა მოსახლეობაში სასარგებლო ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის გასავრცელებლად, საზოგადოებაში გარკვეული აზრის ჩამოყალიბებისა და გადაწყვეტილების მიღების მიზნით. უნდა გამოვყოთ პოლიტიკური პიარის ორი მიმართულება სახელმწიფო პიარი და საარჩევნო პიარი, რადგან ეს მიმართულებები უშუალოდ იკვეთება უსაფრთხოების პროცესებთან. საარჩევნო კამპანიის ტექნოლოგიები - ამ დროს ხდება რეგიონული გავლენის მოხდენა ამომრჩეველზე გარკვეული კანდიდატის მხარდაჭერის მიზნით. სახელმწიფო პიარს - აქვს გავლენა მოქალაქეთა ქცევაზე მანიპულაციების გზით, არის სახელმწიფო ინსტიტუტების მხარდამჭერი და ერთვება პროცესში სახელმწიფოს ინტერესების განსახორციელებლად. კრიზისული პრ-ი და საინფორმაციო ომი მნიშვნელოვნად არიან დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან რადგან, პიარული ინტერვენცია, რომელიც ხორციელდება გამიზნულად, გარე ან შიდა

ძალების მიერ, სხვადასხვა მანიპულაციების ინსტრუმენტების გამოყენებით, როგორცაა ტელევიზია, ციფრული ტექნოლოგიები, ინტერესთა ჯგუფები, გავლენის აგენტები და ა.შ. შესაძლოა იყოს მიმართული ქვეყნის დისკრედიტაციისკენ, პოლიტიკური სისტემის, მისი სტრუქტურების: პოლიციის, ჯარის, სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურის და სხვა პოლიტიკური ინსტიტუტების წინააღმდეგ და „რბილ ძალას“ წარმოადგენს. „რბილი ძალის“ წინააღმდეგ უნდა მოხდეს ასევე ლოკალური „რბილი ძალის“ კონტრ გადაზღვევა ან დარტყმა.

პოლიტიკური ექსპერტი ნიკა ჩიტბე ეთანხმება მოსაზრებას თეთრი და შავი პიარის არსებობის თაობაზე და აქვე აკონკრეტებს რომ შავი პიარი თავს იჩენს სწორედ არჩევნების ან გარდამტეხი მოვლენების დროს რომელიც ქვეყანაში ვითარდება “პიარ ტექნოლოგიები განსაკუთრებით ამოქმედდება ხოლმე წინასაარჩევნო კამპანიების ფარგლებში და შავ პიარს რაც შეეხება აქ ძირითადი მიზანი არის კონკურენტი პოლიტიკური პარტიის, ან პოლიტიკური ლიდერის რეპუტაციის შელახვა, ამისთვის გამოყენებულია, შავი პიარი მათ შორის: კომპრომატები, ჭორი და სხვა მეთოდები. საერთო ჯამში, პიარ ტექნოლოგია მითუმეტეს დღევანდელი სამეცნიერო-ევოლუციური ტექნიკის პირობებში, საინფორმაციო ომის პირობებში პიარი ძალიან დიდ როლს ასრულებს. “

ექსპერტი დავით კუხალაშვილი პიარს ანიჭებს კიდევ უფრო დიდ მნიშვნელობას და მის სამუშაო პროცესში საგარეო საფრთხეების დანახვასა და აღმოფხვრას პრიორიტეტად გვისახავს. მისი თქმით: “სამიზნე სახელმწიფოს საზოგადოებრივ აზრზე დამაზიანებელი ზემოქმედება მზვერავი ქვეყნის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზანია. შესაბამისად დაზვერვის ობიექტი ქვეყნის სადაზვერვო და კონტრსადაზვერვო სამსახურების უმნიშვნელოვანეს მიზანს უცხო სახელმწიფოთა სადაზვერვო სამსახურების მხრიდან, საზოგადოებრივ აზრზე დამაზიანებელი ზემოქმედების დროული გამოვლენა და თავიდან აცილება წარმოადგენს. შესაბამისად, პოლიტიკური პიარის წარმოებას სახელმწიფოსათვის კონტრსადაზვერვო ფუნქცია გააჩნია, ხოლო მისი დამაზიანებელი წარმოება დაინტერესებული უცხო ქვეყნების სადაზვერვო ამოცანაა.”

ექსპერტ ნუგზარ გრძელიშვილს მიაჩნია, რომ პოლიტიკური პიარის როლს ინფორმაციის გავრცელების ასპარეზზე უმნიშვნელოვანესი როლი აქვს. მისი თქმით, პოლიტიკურ პიარს ინფორმაციის ტრანსფორმაციაზეც აქვს გავლენა და სწორედ მას შეუძლია ნეგატიური კონტენტი პოზიტიურ, ან უსაფრთხო ჭრილში გარდაქმნას, გაანეიტრალოს: “პოლიტიკური პიარი არის პოლიტიკური სუბიექტების მიერ საზოგადოებაში ინფორმაციის ან დეზინფორმაციის გავრცელება (უშუალოდ ან სხვადასხვა წყაროების მეშვეობით) იმ მიზნით, რომ პოლიტიკური გადაწყვეტილების აღსრულების პროცესში საზოგადოებაში შეიქმნას ამ გადაწყვეტილებისადმი კეთილგანწყობილი გარემო.”

კითხვაზე: რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? პოლიტოლოგიის ექსპერტები მსგავს და ერთმანეთის შემავსებელ პასუხებს გვცემენ.

პრ-ი განუყოფელი ნაწილია პოლიტიკური ლიდერის ცხოვრების, რომელსაც შეუძლია ის დიდ მწვერვალებამდე მიიყვანოს და ერთ წამშიც კი სრულიად ძირს დაანარცხოს. მას უნდა შეეძლოს უკან დახევაც და საჭიროების შემთხვევაში წინსვლაც, საბოლოო ჯამში, კი მას უნდა შეეძლოს სიტუაციის მართვა. ექსპერტის მოსაზრებით, პოლიტიკური ფიგურა, ლიდერი ვერ გახდება. “სხვადასხვა სახის ლიდერები, როგორცაა ტრადიციული, რაციონალური, თუ ქარიზმატული ცდილობენ გამოიყენონ კარგი იმიჯის შესაქმნელად პიარი. მის გარეშე პოლიტიკური ფიგურა ვერ გახდება პოლიტიკური ლიდერი.”

დავით კუხალაშვილის შეხედულებით, საქართველოში პიარს კონკრეტული ინდიკატორები გააჩნია და დიდ საფრთხეს წარმოადგენს პროცესების გაუმართაობა: “საქართველოში პოლიტიკურ პიარს აქვს პირდაპირი ზეგავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე და მისი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ინდიკატორი სისტემური დაპირისპირებებია საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ ჯგუფებს შორის, რაც ეროვნული ერთიანობის უზრუნველყოფის მნიშვნელოვან ხელშემშლელს, ე.ი. დაინტერესებული სახელმწიფოების საქართველოზე ზეგავლენის ხელშემწყობ გარემოებას წარმოადგენს.”

ნიკა ჩიტაძე [იხ., დანართი 5 გვ.244-248] პოლიტიკური ლიდერის კონკრეტულ თვისებებსა და ასპექტებზე აკეთებს აქცენტს, მისი თქმით: როდესაც პოლიტიკური ლიდერი გამოდის ასპარეზზე, მის ქარიზმის უნარს დიდი მნიშვნელობა აქვს, (ქარიზმა - ბერძნული ტერმინია და პირდაპირი თარგმნით ნიშნავს „ღვთისგან ბოძებულს“) აქ მნიშვნელოვანია, რომ საზოგადოებამ დაინახოს ლიდერი კონკრეტულ ადამიანში, რომელსაც გააჩნია კონკრეტული ორატორული თვისებები, ასევე რომელიც არის მეზობლი, ასევე ადამიანი რომელიც შეიძლება იყოს სახელმწიფოებრივად მოაზროვნე, როგორც უინსტონ ჩერჩილი საუბრობდა პოლიტიკოსის ორ ძირითად ტიპზე: არიან პოლიტიკოსები რომლებიც ფიქრობენ მომავალ არჩევნებზე, მაგრამ არიან სახელმწიფო მოღვაწეები, რომლებიც ფიქრობენ მომავალ თაობაზე, “ამიტომაც მნიშვნელოვანია ამომრჩეველმა უფრო მეტად სახელმწიფო მოღვაწე დაინახოს კონკრეტულ პოლიტიკურ ლიდერში, ვიდრე მხოლოდ და მხოლოდ პოლიტიკოსი.” იქიდან გამომდინარე, რომ ლიდერი წარმოჩინდეს დადებითად პიარ ტექნოლოგიების გამოყენებას ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პოლიტიკური საქმიანობის პროცესში. ამიტომაც არის, რომ იგივე კვალიფიციური პიარ ტექნოლოგიების დეფიციტი არსებობს. სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიები, თუ ლიდერები კონკრეტულ პიარ ტექნოლოგიებს ქირაობენ იმ მიზნით რომ მაგალითად პიარ ტექნოლოგიებმა პოლიტიკურ ლიდერს გაუზიარონ შთაბეჭდილება თუ რა როდის უნდა თქვას ადამიანმა, რომელს ამომრჩეველთან, ამომრჩევლის კონკრეტულ სეგმენტთან, რაზე შეიძლება გამახვილდეს ყურადღება, ასევე ყურადღება ექცევა ჩაცმულობას, ცალკე დარგია პიარ ტექნოლოგიის იმიჯოლოგია. როგორ უნდა ჩაიცვას მაგალითად, სამეცნიერო კონფერენციაზე, როგორ უნდა ეცვას დიპლომატიურ მიღებაზე და როგორ უნდა ეცვას ამომრჩეველთან. ანუ ჩაცმულობა, ორატორული თვისებები, ასევე მნიშვნელობა ენიჭება ხშირ შემთხვევაში ოჯახს, ხშირად ბევრი პოლიტიკური ლიდერი ცდილობს რომ ოჯახის ან საკუთარი ცხოველის წინ იპოზიოროს კამერებთან. წარმოაჩინოს რომ არის კარგი მეოჯახე, გულკეთილი ადამიანი, უყვარს ცხოველები და რა თქმა უნდა პოლიტიკურ ლიდერს უდიდესი როლი ეკისრება, თუმცა უფრო დიდი როლი პოლიტიკურ ლიდერს ეკისრება იმ ქვეყნებში

სადაც მოსახლეობის პოლიტიკური კულტურა შედარებით დაბალია. დემოკრატიულ ქვეყნებში, მხოლოდ პოლიტიკურ ლიდერს არ ენიჭება ყურადღება, მის გუნდსაც ექცევა ყურადღება.- გვიზიარებს ექსპერტი

კობა ნარჩემაშვილი [იხ., დანართი 8, გვ.254-258] ასკვნის, რომ თანამედროვე საქართველოში, სოციალური ქსელებს გადამწყვეტი როლი ენიჭება. პიარ სამსახური, სპეციალისტი ან ექსპერტი განსაზღვრავს პოლიტიკური ფიგურის კომპონენტებს და შემდეგ მიდის მისი აკადემიური დამუშავება, თუ როგორ უნდა მიეწოდოს ეს საზოგადოებას. მაგალითად უნდა იყოს კარგი მეოჯახე, მაღალი დონის სპეციალისტი, უნდა მოიძებნოს ფორმები იმისთვის, რომ ის არის უშიშარი, პასუხისმგებლობიანი. ექსპერტი ასევე იყენებს მაგალითს, რომელიც რუსეთის პირველი პირის პიარ კამპანიას უკავშირდება “მაგალითად პუტინი 2000-იან წლებში რეაქტიული გამანადგურებელი თვითმფრინავის კაბინაში ჩასვეს და სადღაც გააფრინეს, ან საერთოდ არც გადაუფრენიათ. ეს იყო თვალსაჩინო მაგალითი, რომ ერთობლივად რამდენიმე თვისების ხაზგასასმელად, რომ ის არის უშიშარი, გამბედავი, ახალი ტიპის ლიდერი, რომელიც სჭირდებოდა რუსეთს და გადამწყვეტი იყო ამ თვალსაზრისით, მისი როგორც ლიდერის ფორმირებაში იმ დროს ჯერ კიდევ 22-23 წლის უკან, პიარი იყო გადამწყვეტი.” კობა ნარჩემაშვილს მიაჩნია, რომ დღეს 90%-ია პიარის როლი პოლიტიკური ლიდერის ფორმირებაში. 21-ე საუკუნის ლიდერი უნდა იყოს გამბედავი, კრეატიული, რომელიც სხვათა შორის იმპულსური და ქარიზმატული კი არ უნდა იყოს, არამედ პასუხისმგებლობიანი, მასში ამომრჩეველი უნდა ხედავდეს ადამიანს მზრუნველს, პიროვნებას, რომელიც გადაუჭრის პრობლემებს. ექსპერტის თქმით: “პოსტ საბჭოთა სივრცეში სახელმწიფო იყო ძალა რომელიც თითქმის ყველაფერზე პასუხისმგებლობას იღებდა და კიდევ არის მოთხოვნა რომ იყოს ადამიანი ვინც აიღებს პასუხისმგებლობას და რისკებსაც საკუთარ თავზე.” ექსპერტის მოსაზრებით, კანდიდატი ფიზიკურადაც სასიამოვნო უნდა იყოს, არ მოეთხოვება რომ იყოს ლამაზი. იმ სტერეოტიპებს უნდა ეხმიანებოდეს რაც მოსახლეობაში არსებობს. კობა ნარჩემაშვილი მიიჩნევს, რომ სტრატეგიულ კომუნიკაციებში იმიჯს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს, თუ როდის, სად ვისთან უნდა ჩანდეს და როგორ

უნდა გამოიყურებოდეს ლიდერი. ექსპერტი სვამს რიტორიკულ კითხვასაც: “რატომ იყო აგრესია სააკაშვილის ხელისუფლების მიმართ, იმიტომ რომ მისი ხელისუფლება კლავდა! თუ არა ასეთი მხარდაჭერა არ ექნებოდა ოცნებას. ოცნებას ლიბერალური მიდგომები არ შეუცვლია მაგრამ განსხვავებაა, რომ არ კლავს! მოსახლეობის 80%-მა არ იცის რა არის მარგინალური, ექსტრაორდინალური და ასე შემდეგ ამიტომ აუცილებელია საუბრობდეს ქართულში შესატყვისი ტერმინებით. გაურკვეველობა ძალიან დიდი საფრთხეა ადამიანისთვის,” ამიტომ რთულ ვითარებაში გამბედაობა და პასუხისმგებლობა უმთავრესია. კობა ნარჩემაშვილის თქმით, ლიდერი საზოგადოების წარმოდგენაში “ოჯახის უფროსია, რომელსაც ბოლო სიტყვა ეკუთვნის, რომელიც არ მიგატოვებს როცა ავად ხარ. ვის შეუძლია ამის გადაჭრა გამბედავ, განათლებულ და პასუხისმგებლობიან ადამიანს.”

პოლიტიკური პიარის პროცესებში უშუალო ჩართულობას ნეგატიურად აფასებს. მას მიაჩნია, რომ საქართველოში დომინანტურადაა გავრცელებული არასწორი მიდგომა, რომლის მიხედვითაც პიარი უნდა ჩართული იყოს პოლიტიკის ფორმირებისა და პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში. ექსპერტის აზრით: “პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებს უნდა იღებდეს პოლიტიკური ლიდერი და მისი გუნდი, რომელიც სხვადასხვა სფეროს პროფესიონალებითაა დაკომპლექტებული (საშინაო და საგარეო პოლიტიკა, ეკონომიკური პოლიტიკა, სოციალური პოლიტიკა, უსაფრთხოების პოლიტიკა და ა.შ.). პიარი კი უნდა ჩაერთოს მაშინ, როდესაც საჭიროა უკვე შემუშავებული პოლიტიკის საზოგადოებასთან მიტანის სხვადასხვა ფორმებისა და მეთოდების შემუშავება, პიარსტრატეგიების დაგეგმვა და ა.შ.” წინააღმდეგ შემთხვევაში, მისი აზრით, ეს პროცესი დამაზიანებელი ხდება უსაფრთხოების კომპონენტისთვის. პოლიტიკურ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში პიარის სპეციალისტების ჩართვა იწვევს იმ გადაწყვეტილებების დაბლოკვას (ან შერბილებას), რომლებიც, პიარის აზრით, გამოიწვევს საზოგადოების ნეგატიურ რეაქციას. ამყარებს იმ მოსაზრებას რომ პოლიტიკურ პიარს შესწევს უნარი “ერთი შეხედვით არაპოპულარული გადაწყვეტილებების კარგად შეფუთვა და საზოგადოებისთვის

სწორი ფორმებით, სწორ დროს და სწორი მეთოდებით მიწოდება უნდა წარმოადგენდეს პიარის ძირითად ფუნქციას.”

სპეციალური საგამომიებო სამსახურის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი ანუკი წიკლაური [იხ., დანართი 6, გვ. 248-250] ყურადღებას ამახვილებს საზოგადოებაში პოლარიზების ფაქტორზე, მისი თქმით: “პოლიტიკური პიარის არსი ძალიან ღრმა არის, განსაკუთრებით კი ჩვენს ქვეყანაში სადაც ძალიან პოლარიზებული პოლიტიკური სიტუაციაა და არ არის მარტივი პოლიტიკური პიარის კეთება.” მისი თქმით მთავარია ზუსტი ინფორმირება და მინიმუმამდე დაყვანილი მცდარი ინფორმაცია. “მთავარია არ მოატყუო შენი მოსახლეობა” ამბობს ის. პიარი აქცენტს პოლიტიკურ პროპაგანდაზე აკეთებს, მისი აზრით მნიშვნელოვანია დადებითი ტენდენციების აქტუალური გაშუქება, “სასიკეთო საქმეების შესახებ მაქსიმალურად დაწვრილებით მიიტანო ინფორმაცია საზოგადოების ყველა წარმომადგენლისთვის მასზე მორგებული მესიჯბოქსით. ყველა ფენას თავის ენაზე უნდა ელაპარაკო! ძალიან დიდია პიარ სპეციალისტების როლი უსაფრთხოების საკითხებში, იმიტომ, რომ თითოეული ჩვენი გაჟღერებული სიტყვა, თითოეული რელიზი, როგორი შინაარსის მატარებელია არსებითი მნიშვნელობა აქვს. ის აგრეთვე აღნიშნავს, “მე ძალოვან უწყებას წარმოვადგენ, აქ კიდევ უფრო მეტად გვმართებს დაფიქრება თითოეულ სიტყვაზე, რომ რაიმე სახის ზიანი არ მივაყენოთ უსაფრთხოების საკითხებს. ჩვენ ვართ ხიდი საზოგადოებასა და ქვეყანას შორის რომელიც აწვდის ინფორმაციას სწორად და არ არღვევს უსაფრთხოების ნორმებს.”

ლიდერის ფორმირების პროცესში მისი აზრით პიარს 80% ენიჭება. ის განსაზღვრავს იმ ძირითად აქცენტებს როგორ უნდა მოხდეს ლიდერის ფორმირება, უნდა მოხდეს ლიდერის არქეტიპის შესწავლა და ისე პოზიციონირება. პროპაგანდას ყოფს პრინციპულ და ნაკლებადმნიშვნელოვან ნაწილებად მისი თქმით “თუ ძალიან პრინციპული თემაა და ისევ ქვეყნის უსაფრთხოებას ეხება არ უნდა შეეხოს არანაირი პროპაგანდა უშუალოდ გადაწყვეტილებას. მაგრამ, როგორც

წესი აზრის ფორმულირებაზე და განწყობაზე პროპაგანდა ძალიან დიდ როლს თამაშობს.”²⁰⁴

აქვე მინდა შეგახსენოთ რობერტ ჯ. ანდერსონი და უილიამ ა.ადამსი მათ ნაშრომში “ლიდერობის მანიფესტი” ლიდერობის უნივერსალურ მოდელს გვთავაზობენ, რომელიც სამი კომპონენტისგან შედგება: “ლიდერის განვითარების ერთიანი სისტემის გამოყენება ანუ მთლიანობა, ლიდერობის სისტემის სრულად განსაზღვრა და როგორც კონკურენტული უპირატესობის გამოყენება და მესამე ინდივიდუალური და კოლექტიური მართვის ეფექტურობასა და განვითარებაზე კონცენტრირება, არა მხოლოდ ინდივიდუალურ განვითარებაზე ზრუნვა.”

ლილე ხმაღამე [იხ., დანართი 10, გვ. 259-261] ჯანდაცვის სამინისტროს პიარის სპეციალისტი ხაზს უსვამს პროპაგანდისა და პიარის განმასხვავებელ ნიშნებს და მკვეთრად მიჯნავს ამ ორ მიმართულებას: პროპაგანდას, პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დიდი გავლენა აქვს. აღსანიშნავია, რომ პროპაგანდასა და პიარს შორის ძალიან დიდი განსხვავებაა. “პიარი არის კონკრეტული პირის, კომპანიის უპირატესობის წინ წამოწევა, მათი ხაზგასმა, აუდიტორიამდე ამ მახასიათებლის სწორად და ზუსტად მიტანა. პროპაგანდა კი არის ინფორმაციის მიწოდების ფორმა, რომელიც გულისხმობს საკომუნიკაციო საშუალების მიზანმიმართულ გამოყენებას ადამიანთა გონებაზე, ემოციებსა და ქცევაზე სასურველი ზემოქმედების მიზნით”. პროპაგანდის შემქმნელები ხშირად ცრუ ფაქტებით ცდილობენ ამ ზეგავლენის მოხდენას. შესაძლოა, ფაქტი სიმართლედ იყოს, თუმცა, გამოყენებული იქნას ადამიანების ქცევასა და სურვილებზე ზემოქმედების მიზნით. ექსპერტი ხაზს უსვამს პიარის როგორც კრიზისმენეჯერის ფუნქციას და მიაჩნია, რომ მას უპირატესი როლი აქვს ლიდერის ფორმირებაში. “საზოგადოებასთან ურთიერთობა, უპირველესად, არის ძლიერი მხარისა და უპირატესობის წარმოჩენა, სწორი აქცენტების გაკეთება. მისი საშუალებით, შესაძლებელია, ხან - მინიშნებით, სიმბოლოებით, ხან - პირდაპირი გზით, საზოგადოებისთვის მთავარი შეტყობინების გადაცემა. “PR

²⁰⁴ Robert J. Anderson, William A. Adams. „Mastering Leadership“, 2023, p.p.135-175

გულისხმობს ადამიანებთან ურთიერთობას, კრიზისული სიტუაციების პროფილაქტიკას, პრევენციული საქმიანობის წარმართვას, გაუთვალისწინებელი სიტუაციების მინიმუმამდე დაყვანას, პოლიტიკურ ლობირებას;²⁰⁵ PR-ის ზოგიერთი საქმიანობა დაკავშირებულია კანონმდებლობასთან და სარეკლამო ხელმძღვანელობასთან. "PR-მასალები ძირითადად ფაქტებს უნდა ეყრდნობოდეს და უნდა იყოს ინფორმაციული, შეიცავდეს ფაქტობრივ მონაცემებს და არა ემოციურ ან შთაბეჭდილებების მომხდენ მტკიცებებს"; მაშინ როდესაც რეკლამა, როგორც წესი, მიმართულია ბაზრის ცალკეული სეგმენტებისა და კონკრეტული სოციალური ფენებისადმი, PR მიმართავს მრავალრიცხოვან საზოგადოებას, ორგანიზაციებს, სოციალურ ჯგუფებს, რომელთანაც თანამშრომლობს ინფორმაციის საშუალებით (*ჯეფკინსი*). მისი თქმით, საზოგადოებასთან ურთიერთობას, ამ შემთხვევაში, ძალიან მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება. ფაქტობრივად ის ქმნის ლიდერის იმიჯს, როგორც ვიზუალურ იმიჯს, ისე მის ფიგურას. შესაბამისად, კომუნიკაციის საშუალებით, ლიდერი მიჰყვება შექმნილ იმიჯს, საუბრობს შესაბამისად, ახმოვანებს მიღებულ გადაწყვეტილებებს და ა.შ.

თეა პერტია [იხ., დანართი 11, გვ. 261-264] - შინაგან საქმეთა სამინისტროს ყოფილი პიარი, ამჟამად, საზოგადოებრივი ჯანდაცვის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსის თქმით: "პოლიტიკური კომუნიკაცია მულტიდისციპლინურია და ბევრ სფეროს მოიცავს: პოლიტოლოგია, მარკეტინგის ნაირსახეობები, ისტორია, რიტორიკა, მასობრივი და სტრატეგიული კომუნიკაცია, სოციოლოგია, ფსიქოლოგია... ესაა საკომუნიკაციო საშუალებათა ერთობლიობა, რომელიც პოლიტიკაზე ზეგავლენას ემსახურება, სადაც განმსაზღვრელი არაა ის, თუ ვინ აწარმოებს კომუნიკაციას, მთავარია, მისი არსი, მიზანი და გავლენის ხარისხი. ეს შეიძლება ეხებოდეს, როგორც პრემიერის რიტორიკას, ისე რიგითი მოქალაქის საჯარო მსჯელობასა თუ პოსტს..." ექსპერტის შეხედულებით, პიარი ვრცელდება მოქალაქეებზე, პოლიტიკურ სუბიექტებსა და მედიაზე და მათ ურთიერთობა-ურთიერთქმედებაზე. ურთიერთობის პროცესის მარტივი სქემა

²⁰⁵ ჰეივუდი ე., "პოლიტიკა", გამომცემლობა "საქართველოს მაცნე", თბილისი, 2008, გვ. 382.

დაახლოებით ასეთია - პოლიტიკოსები - მედია, როგორც მედიუმი - საზოგადოება. თეა პერტაია მიიჩნევს, რომ “პოლიტიკური კომუნიკაცია ორ მიმართულებას მოიცავს: 1. თავად კომუნიკაციის პროცესი - ინფორმაციის გაცვლის პროცესი პოლიტიკურ სუბიექტებს შორის, სახელმწიფოსა და მოქალაქეებს შორის, ამასთან, სტრატეგიული კომუნიკაციის გამოყენება პოლიტიკურ თემებზე სამიზნე აუდიტორიასთან მიმართებაში. 2. მეცნიერება, რომელიც ამ საკომუნიკაციო პროცესებს სწავლობს და ახალს იგონებს. დისციპლინა, რომელიც აანალიზებს, თუ როგორ გავლენას ახდენს კომუნიკაცია პოლიტიკაზე, პოლიტიკოსებზე, მედიასა და მოქალაქეებზე.” მისი მოსაზრებით, ესაა პოლიტიკის თემაზე განხორციელებული მიზანმიმართული კომუნიკაცია სამიზნე აუდიტორიის დარწმუნების, მის ცნობიერებასა და ქმედებაზე გავლენის მიზნით. ასეთი კომუნიკაცია, თავის ხასიათით, მანიპულატორია და ამ მიზნით სხვადასხვა მეთოდს იყენებს რაც, რა თქმა უნდა, სამიზნე აუდიტორიის სიღრმისეულ შესწავლასა და ანალიზს ეყრდნობა.²⁰⁶ თეა პერტაია შეგვახსენებს ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციის დეფინიციისა და მიმართულებებსაც. “ნატო სტრატეგიულ კომუნიკაციის არსს თავის სფეროში ასე განსაზღვრავს: ესაა საკომუნიკაციო აქტივობებისა და შესაძლებლობების კოორდინირებული და შესაბამისი გამოყენება ნატოს მიზნებისთვის, ალიანსის პოლიტიკის, მართვისა და ღონისძიებების მხარდასაჭერად, ნატოში სტრატეგიაში 5 მიმართულებისგან შედგება: სახალხო დიპლომატია; სამხედრო საზოგადოებრივი საქმეები; საზოგადოებრივი საქმეები; ფსიქოლოგიური და საინფორმაციო ოპერაციები; ამასთან, ალიანსის სტრატეგიის თანახმად, კარგი სტრატეგიული კომუნიკაცია ითვალისწინებს სწორი სამიზნე აუდიტორიების განსაზღვრას, საუკეთესო ნარატივის, გზავნილების შემუშავებასა და მართებული საინფორმაციო არხების გამოკვეთას. აქცენტი კეთდება დაგეგმარების პროცესზე, რაც თავისთავში გულისხმობს პრობლემის გაგებას, მკაფიოდ ჩამოყალიბებას, გადაჭრის გზების დასახვას და, ასევე, აღსრულებისა და შეფასების მონიტორინგის ნაწილს. განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა შიდა

²⁰⁶ შოსტრომი ე., „ადამიანი მანიპულატორი, გამომცემლობა“, „პეგა“, 2014, გვ.30-45

კომუნიკაციის კომპონენტის გაძლიერებას.” მისი თქმით, საგულისხმოა, რომ მეცნიერები პოლიტიკური კომუნიკაციის 3 ძირითადად მიმართულებას გვთავაზობენ: კომუნიკაცია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით, კომუნიკაცია არაფორმალური საშუალებებით და კომუნიკაცია პოლიტიკური და გავლენის ჯგუფებით.

მარინე გიგინეიშვილის აზრით [იხ., დანართი 3 გვ. 233-234] მედია და მისი ძირითადი ნაწილი პროპაგანდულია “ეს გახდა მისი მთავარი დანიშნულება და ფუნქცია, საზოგადოება იმართება აღქმებით და არა ობიექტური რეალობით და ჟურნალისტები ემსახურებიან დამკვეთის ინტერესებს”. ექსპერტი მედიას ასე აფასებს: “მედია , როგორც ბიზნესის სახეობა და პოლიტიკის ნაწილია, ასეთია ვითარება დღეს ინფორმაციის მიწოდების და მიღების გზები კი მრავალფეროვანია: ბეჭდური მედია, რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტსივრცე. საქართველოს კონსტიტუცია ნებისმიერ პირს აძლევს უფლებას მიიღოს და განავრცოს ინფორმაცია. მისი თქმით: კანონი პრესის თავისუფლების შესახებ პუნქტობრივად ასახავს იმ უფლებებს და მოვალეობებს, რაც ამ სფეროში დასაქმებულ ადამიანებს გააჩნიათ...” ჟურნალისტური ეთიკა ძირითადად ეფუძნება ევროპის საბჭოს "ადამიანის ძირითად უფლებათა და თავისუფლებათა ევროპული კონვენციის" მე-10 მუხლსა და "ჟურნალისტების საერთაშორისო ფედერაციის" მიერ აღიარებულ "ჟურნალისტების ქცევის პრინციპების დეკლარაციას", რომელიც პროფესიული ქცევის სტანდარტად დამკვიდრდა.” მისი თქმით, დოკუმენტის უპირველესი პრინციპია ის, რომ ჟურნალისტმა პატივი უნდა სცეს საზოგადოების უფლებას- მიიღოს სწორი ინფორმაცია. დაზუსტებულ ფაქტებზე დაყრდნობით, შელამაზებისა და დამახინჯების გარეშე. კეთილსინდისიერება, სამართლიანობა, ზნეობა და პროფესიონალიზმი უნდა იყოს ინფორმაციის მომპოვებელი და გამავრცელებელი პირის მორალური კრედიტო და მახასიათებლები. აქვე იხსენებს, რონალდ რეიგანის სიტყვებს: “არსებობს სამი ტიპის ტყუილი: უბრალოდ ტყუილი, დაწყევლილი ტყუილი და სტატისტიკა... “ სამივე ვარიანტი უხვადაა გამოყენებული ქართულ მედიაში, ამიტომაც მისი სანდოობის კოეფიციენტი მკვეთრად დაბალია და დღითიდღე მინიმალიზდება.” გვიზიარებს ექსპერტი და

აქვე გვთავაზობს გამოსავალსაც: “ცრუ ინფორმაციისგან თავის დაცვის მთავარი საშუალება განათლების ამალგებია. ცოდნა, გამოცდილება, ინტელექტი ის შინაგანი ბარიერებია, როლებიც ფილტრავს საინფორმაციო სივრცეს. ფეიკები ძირითადად დაბალი და საშუალო დონის მომხმარებელზეა გათვლილი.“ მისი თქმით, დეზინფორმაცია და დამახინჯებული ფაქტები შეგნებულად ვრცელდება და მას, როგორც წესი კონკრეტული დამკვეთი, შემსრულებელი და სამიზნე ჯგუფი ჰყავს. მომხმარებელი კარგად უნდა დააკვირდეს ვინ ავრცელებს ინფორმაციას, რამდენად ნაცნობია და სანდო წყარო. ყალბი ინფორმაციებით გადატვირთულ რეალობაში სწორი ორიენტირების პოვნა ძნელია, მაგრამ აუცილებელი, მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ რამდენი ზიანის მიყენება შეუძლია ფეიკს, როგორც ცალკეული პირებისათვის, ასევე მთელი საზოგადოებისათვის.

კვლევამ გამოკვეთა, რომ პროპაგანდის როლი საქართველოში ერთ-ერთი წამყვანია პიარის მანიპულაციებში და ის მუდამ უმეტესწილად საარჩევნო სუბიექტების დაპირისპირების და საარჩევნო პროცესებისა დროს. პროპაგანდა როგორც ინსტრუმენტი მუდმივად გამოიყენებოდა საქართველოში როგორც სამთავრობო, ასევე ოპოზიციური და მტრულად განწყობილი ქვეყნების მიერ. ვინაიდან პროპაგანდის შეჩერება, დაბლოკვა და მართვა პრაქტიკულად შეუძლებელია, რადგან ის მუშაობს და მოქმედებს ადამიანთა ფართო მასებზე, აქვს ბრენდი, აქვს მიზანი, აქვს სამიზნე და ზოგჯერ კონკრეტული დისკრედიტაციის ობიექტი ან ჯგუფი, ან პარტია, ან მთავრობა. შესაბამისად, დგება აუცილებლობა, ქვეყნის დონეზე არსებობდეს კონკრეტული დოკუმენტი, რომელიც პერიოდულად განახლდება და დაგეგმილი მოქმედებისა და რეაგირების საშუალებას მისცემს სახელმწიფოს. მსგავსი სტრატეგიული დოკუმენტები არსებობს თითქმის ყველა ქვეყანაში და მათზე დაყრდნობით ხდება წინმსწრები გეგმის მომზადება. ცხადია, თუ მმართველი გუნდი თავად არ იყენებს არაეთიკური პროპაგანდის იარაღს, ინფორმაციის გავრცელების საკმარისად მაღალი სტანდარტი მკვიდრდება, რომელსაც იცავს როგორც ქვეყანა, ასევე რიგითი მოქალაქე.

ექსპერტებმა პოზიტიური და ნეგატიური პროპაგანდის დიფერენცირება მოახდინეს, ერთი მხრივ საზოგადოებისთვის და ქვეყნის განვითარებისთვის

სასარგებლო, ხოლო მეორე მხრივ დამაზიანებელი და დამთრგუნველი. პოზიტიური პროპაგანდის დეფიციტზე საუბრობს ყველა ექსპერტი და მის საჭიროებას ხედავს. ასევე აღსანიშნავია, რომ პოზიტიურ პროპაგანდასაც სჭირდება დაგეგმვა და ვადებში გაწერა. როგორც პიარს ასევე პროპაგანდას არ აქვს მოკლევადიანი დაგეგმარება, რადგან ინფორმაციის მიწოდება მასებისთვის, მისი გამყარება და ჩვევაში გადასვლა მოითხოვს დროს. ასევე, უნდა აღინიშნოს, რომ რესპონდენტებმა არ შეაფასეს ლიდერის გუნდის ფაქტორი, რაც ჩემი წარმოდგენით, ერთ-ერთი წარმმართველია საარჩევნო პროცესის დროს. ვფიქრობ, სადავოა ლიდერი ქმნის გუნდს, თუ გუნდი ირჩევს! როგორც ბისმარკი გვეუბნება, რაც არ უნდა ძლიერი იყოს ლიდერი, თუ არ არსებობს აღმქმელი გუნდი მისი იდეისა მან შეიძლება ფიასკო განიცადოს. გაი კავასაკის აზრით ლიდერმა სამი კრიტერიუმით უნდა შეარჩიოს გუნდის წევრი, მან შემდეგი კითხვები უნდა დაისვას: “შეუძლია თუ არა კანდიდატს იმის გაკეთება, რაც თქვენ გჭირდებათ? იზიარებს თუ არა ის მის ფასეულობებს? აქვს თუ არა მას ის თვისებები, რომლებიც თქვენ გსურთ რომ ჰქონდეს? იმის მაგიერ რომ ისეთი ადამიანები ეძებოთ, რომლებსაც არ აქვთ თქვენთვის არასასურველი თვისებები” , ხოლო რაც შეეხება ნაკლოვანებებს მოგვიწოდებს კი დავმალოთ ლიდერის ნაკლოვანებები, არამედ ხაზის გავესვათ მის უპირატესობას.²⁰⁷ ასევე, მნიშვნელოვანია, საარჩევნო კამპანიას მოვარგოთ ავტორის შიდალიდერული ასპექტები, როგორც ყველა ორგანიზაციას, საარჩევნო კამპანიასაც უნდა ჰყავდეს არა მხოლოდ მთავარი ლიდერი, არამედ მეორეხარისხოვანი ლიდერებიც. ავტორის რჩევით: უნდა არსებობდეს ორგანიზაციაში პარტნიორობაზე ზედამხედველი ლიდერი, რომელსაც ექნება გარკვეული უფლებამოსილება.²⁰⁸ ამას გარდა, ექსპერტებმა არ გაამახვილეს ყურადღება ლიდერის ემპათიურობაზე. თუმცა, თუ მოვიშველიებთ ამერიკელი მარკეტოლოგის და მწერლის, გაი კავასაკის მოსაზრებას, ნებისმიერი ბიზნეს მოდელის ლიდერი 4 მთავარ კრიტერიუმს უნდა აკმაყოფილებდეს, ის უნდა იყო: ახალგაზრდებზე ორიენტირებული, ჰქონდეს ემოციის და იუმორის გამოხატვის

²⁰⁷ Kawasaki G., „The art of the start“, Palitra L, Tbilisi, 2022, p.116

²⁰⁸ Ibid. P.176.

უნარი, შეეძლოს თანამოაზრე კომპანიების/ორგანიზაციების რეკლამირება და იყოს ქველმოქმედი მოწყვლადი ჯგუფების მიმართ.²⁰⁹

პროპაგანდა, როგორც მოვლენა რომლის არსებითი ნაწილი არის ინფორმაციის გავრცელება, დასაბამს იმ დროიდან იღებს, როცა შეიქმნა პირველი სახელმწიფო და კანონი. თავად პროპაგანდა, კი ერთგვარი მანიპულაციაა ფართო მასებზე. როგორც ევერესტ შოსტრომი ამბობს იყო მანიპულატორი, არ არის თანდაყოლილი თვისებაა და აქტუალიზატორი პირების ინტერესებს კვეთს. მანიპულატორები ხასიათდებიან, სიყალბით, აპათიით, უნდობლობითა და ცინიზმით. აქტუალიზატორები კი: პატიოსნებით, გაცნობიერებულობით, თავისუფლებითა და ნდობით.²¹⁰ საუკუნეთა განმავლობაში ტერმინი პროპაგანდა მრავალგზის მოდიფიცირდა. ტერმინის დიქტატორული რეჟიმებთან ასოცირების გამო ნეგატიური კონოტაცია შეიძინა და დავიწროვდა მისი გამოყენების სპექტრი. პიარის ფუძემდებელმა ბერნეისმა მისი შტოები შემოგვთავაზა: საზოგადოებრივი სამუშაო -იგივე პიარი, მრეწველობაში -რეკლამა და საზოგადოებრივი სამუშაო, რელიგიაში -მისიონერობა, პოლიტიკაში - საზოგადოებრივი დიპლომატია, სამხედრო მოქმედებების დროს - ფსიქოლოგიური ომი, სამხედრო და პოლიტიკურ სფეროებში უწოდა საკუთრივ პროპაგანდა და კვლავ ნეგატიური კონტექსტით დარჩა ტერმინი. ამდენად, ყველგან გვხდება პროპაგანდა, არ არსებობს სფერო სადაც ქვეყნისათვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანი პროცესები მიდის და სადაც არ მონაწილეობს პროპაგანდა, თუნდაც სხვა სახელდებით. ამიტომ, მნიშვნელოვანია ქვეყნისთვის, ხელისუფლისთვის და უბრალოდ მოქალაქისთვისაც, იცოდეს მასთან მოპყრობის წესი.

²⁰⁹ Ibid. P.202.

²¹⁰ შოსტრომი ე., “ადამიანი მანიპულატორი”, გამომცემლობა “პეგა”, თბილისი, 2014, გვ.35

III.III ეროვნული უსაფრთხოების სტრატეგია პოლიტიკურ მანიპულაციებთან საბრძოლველად

ნებისმიერი ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფციასა და სტრატეგიაში დიდი როლი ეთმობა საინფორმაციო უსაფრთხოების ფაქტორს, რომელიც უკვე გახდა 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემა. უფრო მეტიც, რამდენიმე ქვეყნის პოლიტიკელებმა ერთმანეთისგან განაცალკევეს საინფორმაციო და კიბერუსაფრთხოების მიმართულებები და შექმნეს მათი დაგეგმვის და ამ მიმართულებით არსებული გამოწვევებთან ბრძოლის კონცეპტუალური მიდგომები. განსაკუთრებით, ამ საქმეში დიდ წარმატებას მიაღწია ორმა ყველაზე გავლენიანმა აქტორმა - აშშ-მა და ნატომ. პირველი მათგანი წარმოადგენს მიმდინარე საერთაშორისო წესრიგის განმსაზღვრელ აქტორს და პასუხისმგებლობის საკუთარი წილი აქვს მის განვითარებაში და ცალკე მიმართულებად მიიჩნევს საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური უსაფრთხოების სფეროს. მეორე აქტორი, კი წარმოადგენს საერთაშორისო დონის კოლექტიური თავდაცვის ინსტიტუტს და ფლობს სპეციალური სახის ამოცანების შესრულების საშუალებებს და გამოცდილებას. სწორედ ნატოს ეგიდით დაიწყო ამ მიმართულებით პრაქტიკული ნაბიჯების გადადგმა და კიბერსივრცესა და საინფორმაციო ბრძოლის ველებზე მოწინააღმდეგის მიერ განხორციელებული აქტიური ღონისძიებების აღკვეთის მიზნით, შემუშავებული იქნა სპეციალური სახის დოკუმენტის ფორმა, რომელსაც ეწოდება - სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრატეგია. უფრო მეტიც, ნატომ ფაქტობრივად დაიწყო ზრუნვა ასეთი სახის სტრატეგიის შემუშავების მიმართულებით უკვე რეგიონული უსაფრთხოების დონეზე²¹¹. 2014 წელს ქალაქ რიგაში დაარსდა ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციების სრულყოფის ცენტრი. 2015 წელს ნატოს საგარეო საქმეთა მინისტრების შეხვედრაზე ალიანსმა ჰიბრიდულ ომზე ახალი სტრატეგია დაამტკიცა. 2015 წელს ევროპის საგარეო ქმედებათა სამსახურში შეიქმნა აღმოსავლეთის სტრატეგიული კომუნიკაციების სპეციალური

²¹¹ „ნატოს კომუნიკაციის სტრატეგია რეგიონში“, თბილისი, 2018, იხილეთ დეტალურად: <https://gcsd.org.ge/ge/siakhle/natos-komunikatsiis-strategia-regionshi> [ბ.წ 08.20.2023]

ჯგუფი და დამტკიცდა ევროკავშირის სტრატეგიული კომუნიკაციის სამოქმედო გეგმა. 2016 წლის ნოემბერში ევროპული პარლამენტის მიერ მიიღეს რეზოლუცია პროპაგანდის საწინააღმდეგო სტრატეგიული კომუნიკაციის შესახებ, რომელშიც ხაზგასმულია რუსული პროპაგანდის ძლიერი გავლენა ევროკავშირის აღმოსავლეთ სამეზობლოს ქვეყნებზე²¹².

აღნიშნულმა გარემოებამ დიდი როლი ითამაშა ევროატლანტიკურ სივრცეში საინფორმაციო და კიბერუსაფრთხოების განმტკიცების საკითხში და ნატოს ეგიდით, მის საერთაშორისო სამდივნოს სტრუქტურებში დაარსდა სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი და ლიეტუვაში კი დაარსდა კიბერუსაფრთხოების და კიბერთავდაცვის სპეციალური ცენტრი.

საბოლოოდ, უნდა აღინიშნოს ის გარემოება, რომ სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრატეგია წარმოადგენს ქვეყნის მზაობას სრულად გაითვალისწინოს ის საფრთხეები, რომლებიც მომდინარეობენ ე.წ. „რბილი ძალის“ გამოყენების შემთხვევაში და რომლებიც მოიცავენ ძირითადად საინფორმაციო და კიბერუსაფრთხეების ერთობლიობას და მათთან ბრძოლის მიდგომების შემუშავებას. ამ მიმართულებით არსებობს სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრატეგიის შემუშავების და დანერგვის სამი დონე:

სტრატეგიული დონე - ამ დონეზე ხორციელდება ეროვნულ და უშუალოდ სახელმწიფოებრივ დონეებზე მიღებული სტრატეგიის დანერგვა და იმპლემენტაცია და მას გააჩნია გეოპოლიტიკური მნიშვნელობა;

ოპერატიული დონე - ამ ეტაპზე ხორციელდება უშუალოდ სამთავრობო დონეზე შემუშავებული ღონისძიებების მექანიზმების და გეგმების წარმოჩენა ასეთ საფრთხეებთან გამკლავებისთვის და მათი შედეგების აღმოფხვრისთვის;

ტაქტიკური დონე - აღნიშნული დონე მოიცავს გარკვეული სახის უფრო დაბალი ბიუროკრატიული (სამინისტროების, დეპარტამენტის დონე) და საზოგადოებრივი

²¹² საქართველოს მთავრობის დადგენილება: „ევროკავშირისა და ნატოში საქართველოს გაწევრების კომუნიკაციის შესახებ საქართველოს მთავრობის სტრატეგიის 2017-2020 წლებისთვის დამტკიცების თაობაზე“, თბილისი, 2017, იხილეთ დეტალურად: [https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3650131?publication=0\[ბ.წ 08.20.2023\]](https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3650131?publication=0[ბ.წ 08.20.2023])

აქტორების ფორმატში მიღებული დოკუმენტები და შემუშავებული საპროგრამო მიდგომები.²¹³

კვლევის ფარგლებში ჩატარებული კონტენტ-ანალიზის და ჩაღრმავებული ინტერვიუების ჩატარების პროცესში გამოიკვეთა, რომ რეალურად საქართველოში არ არსებობს კომუნიკაციის სტრატეგიის ცენტრალიზებული დოკუმენტი, სტრატეგიული და ოპერატიული დონეებზე და მხოლოდ ლოკალურ, ტაქტიკურ დონეზე არსებობს²¹⁴.

გარდა იმისა, რომ ის არ იძებნება “საკანონმდებლო მაცნესა”²¹⁵ და ოფიციალურ უწყებაში, მთავრობის გვერდზე გამოქვეყნებულ საჯარო დოკუმენტაციაში არც ერთ ექსპერტს პირადად არ წაუკითხავს და არ უნახავს მსგავსი დოკუმენტი. გაჩნდა ვარაუდი, რომ შესაძლოა არსებობს მსგავსი დოკუმენტი, მაგრამ არ არის საჯარო, თუმცა ყველა ექსპერტი თანხმდება, რომ ასეთი დოკუმენტის არსებობა და საჯაროობა აუცილებლობას წარმოადგენს.

აღსანიშნავია, ის რომ საქართველოს არ გააჩნია საკომუნიკაციო სტრატეგია, მთავრობის დონეზე, ხოლო ცალკეული სამინისტროების თუ უწყებების მიმართულებით არსებობს სტრატეგიული დოკუმენტები, რომლებიც გამოქვეყნებულია ოფიციალურ გვერდებზე და „საკანონმდებლო მაცნეში“. მაგალითად, საქართველოს თავდაცვის სამინისტროს საკომუნიკაციო სტრატეგია (2017-2020წ.წ),²¹⁶ ასევე, საქართველოს სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგია (2017წ)²¹⁷, საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს საკომუნიკაციო სტრატეგია (2019-2021წ.წ)²¹⁸ და ა.შ. ყველა ინსტიტუტს ძირითადი

²¹³ მალრაძე გ., მისაია ვ., „ჰიბრიდული ომი: 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2020, გვ.105-113

²¹⁴ საქართველო თავდაცვის სამინისტრო „საკომუნიკაციო სტრატეგია 2017-2020“, იხილეთ: <https://mod.gov.ge/uploads/archive/documents/strategia_geo.pdf> [ბ.წ 07.06.2023]

²¹⁵ საკანონმდებლო მაცნე იხ. <<https://www.matsne.gov.ge/>> [ბ.წ 07.06.2023]

²¹⁶ თავდაცვის სამინისტროს საკომუნიკაციო სტრატეგია (2017-2020)

https://mod.gov.ge/uploads/archive/documents/strategia_geo.pdf

²¹⁷ სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგია

(2017)[https://www.ombudsman.ge/geo/190227080713informatsia-administratsiuli-organos-sakadro-](https://www.ombudsman.ge/geo/190227080713informatsia-administratsiuli-organos-sakadro-uzrunvelkofis-shesakheb/sakhalkho-damtsvelis-aparatis-sakomunikatsio-strategia)

[uzrunvelkofis-shesakheb/sakhalkho-damtsvelis-aparatis-sakomunikatsio-strategia](https://www.ombudsman.ge/geo/190227080713informatsia-administratsiuli-organos-sakadro-uzrunvelkofis-shesakheb/sakhalkho-damtsvelis-aparatis-sakomunikatsio-strategia)

²¹⁸ შინაგან საქმეთა სამინისტროს საკომუნიკაციო დოკუმენტი (2019-2021)

<https://police.ge/files/pdf/misia%20da%20strategia/%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%9D->

საკომუნიკაციო გეგმა მსგავსი აქვს თუმცა ისინი განსხვავდებიან საკუთარი სპეციფიკით მათი სტატუსის და საქმიანობის მიხედვით. აქვე შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ სხვადასხვა პოლიტიკური ინსტიტუტების საკომუნიკაციო სტრატეგიები საჭიროებენ გაუმჯობესებას და დახვეწას. ქვეყნის უსაფრთხოება ძალიან მნიშვნელოვანი საკითხია ნებისმიერი სახელმწიფოსთვის, რომელზეც მრავალი საშინაო და საგარეო ფაქტორი ახდენს გავლენას. ქვეყნის უსაფრთხოების დაცვა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული მისი ინსტიტუტების სწორად და გამართულად ფუნქციონირებაზე. იმავე საკითხზე, სპეციალური საგამომიებო სამსახურის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი ანუკი წიკლაური გამოთქვამს მოსაზრებას, რომ თუკი ასეთი დოკუმენტი არსებობს არ უნდა იყოს დიდი დოზით გავრცელებული - “ამ დოკუმენტს არ ვიცნობ და არც დაწვრილებით ვიცი, თუმცა ვფიქრობ სტრატეგიული განვითარების გეგმა აუცილებლად ექნება. თუმცა ვფიქრობ არ არის ეს დოკუმენტი ხელმისაწვდომი და შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ სრულად ხელმისაწვდომობა რომ არ არის მართებულადაც მივიჩნით. მე, როგორც ერთი პიარ სპეციალისტი ამ საკითხს ვუყურებ ასე, რომ ეს არ არის ის დოკუმენტი რომელიც ფართოდ უნდა ჩაიშალოს საზოგადოებაში. ამ დოკუმენტს არ სჭირდება ბევრი საუბარი, ეს ქმედებებში გამოსახება ალბათ. რაღაც დოზით პიარმა უნდა მიაწოდოს საზოგადოებას ინფორმაცია, თუნდაც ის რომ ასეთი დოკუმენტი არსებობს და ქვეყანას გააჩნია სტრატეგია. მაგრამ ჩაშლილად, ყოველდღიურ რეჟიმში, ვფიქრობ არ არის ვალდებულება და საჭიროება.” თამარ ჟვანიას არ უნახავს დოკუმენტი თუმცა მიიჩნევს რომ ის არსებობს, რადგან ქვეყნის მწყობრი განვითარების სტრატეგია აქვს კონკრეტულ შემთხვევებში: “იმ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, რასაც ვიღებ მედიიდან ან სოციალური ქსელებიდან, იკვეთება, რომ საქართველოს აქვს გამოკვეთილი პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია, რომელიც პირდაპირ და უმთავრესად უკავშირდება ქვეყნის უსაფრთხოების თემას. დამატებით, საქართველოს პოლიტიკური სტრატეგიის მიმართულებებია ეკონომიკური

განვითარება/გამდიდრების საკითხები, ევროინტეგრაცია და უკეთესი საერთაშორისო პოზიციონირება და ა. შ. ყველა აღნიშნული თემა ამავდროულად ემსახურება პოლიტიკური პრ-ის იმ მიზანს, რომელიც კონკრეტული პოლიტიკური გუნდის იმიჯის/პოზიციონირების ზრდაა. ამავდროულად, შიდა წინააღმდეგობრივი და არსებული პოლიტიკურად პოლარიზებული გარემოდან გამომდინარე, ზოგიერთი პოლიტიკური სტრატეგიის განხორციელებას გარკვეულწილად ახლავს პროპაგანდის ელემენტები.” ყოფილი შინაგან საქმეთა მინისტრი კობა ნარჩქიანი დარწმუნებით ამბობს, რომ მისი მოღვაწეობის პერიოდში ნამდვილად არ არსებობდა მსგავსი სახის დოკუმენტი: “არ ვიცი ამის შესახებ, რაიმე ცალკე დოკუმენტი თუ არსებობს ასეთი არ ვიცი. ასეთი დოკუმენტი, ასეთი დოკუმენტი, ჯერ კიდევ მაშინ როდესაც მე უშიშროების საბჭოში ვიყავი 1997, 1998, 1999 წლებში მაშინ იყო ქვეყნის უსაფრთხოების პოლიტიკის სტრატეგიის ერთ-ერთი პატარა თავი, იმიტომ რომ მაშინ ამდენად აქტუალური ეს თემა 25 წლის უკან არ იყო. იმის შემდეგ არ მქონია ასეთ დოკუმენტთან შეხება და ამდენად შეიძლება არც ვცდებოდე იმაში, რომ ასეთი ტიპის დოკუმენტი ქვეყანაში არ ფუნქციონირებს, ცალკე პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია, რომელიც უნდა ჰქონდეს განსაკუთრებით ეროვნულ უსაფრთხოებასთან მიმართებაში.” ექსპერტი რამაზ საყვარელიძე თავად დოკუმენტს არ იცნობს, თუმცა მიაჩნია, რომ თუკი დოკუმენტი არსებობს, მისი გამოყენება არ ხდება თანმიმდევრულად და ფიქრობს, რომ კომუნიკაციის სტრატეგიის დოკუმენტი თუ გამართული და ზედმიწევნით კომპეტენტური პირების მიერ არ იქნა შესრულებული, სახიფათოც კი არის ქვეყნისთვის: **რამაზ საყვარელიძე** - „პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია ალბათ, აქვს, ოღონდ პიროვნებებზე დამოკიდებული, მის ფორმირებას არა აქვს სისტემური სახე, პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია ბევრისთვის პიროვნული პოლიტიკური ამოცანების გადაჭრაა და არა - ქვეყნის. მის არსებობას დიდი როლი აქვს, რადგან არასწორმა საკომუნიკაციო სტრატეგიამ შეიძლება საფრთხე შეუქმნას ქვეყანას.” არც ექსპერტი ნიკა ჩიტაძე იცნობს დოკუმენტს, თუმცა თავად მოქმედების სტრატეგიას უწუნებს მმართველ გუნდს და მიაჩნია, რომ დიდი დოზით შავი პიარის გამოყენება და

მოსახლეობისგან დისტანცირება საფრთხეს უქმნის ქვეყანას ეროვნული უსაფრთხოების კონტექსტში: “ნიკა ჩიტძე - პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგიას რაც შეეხება სამწუხაროდ, სახელისუფლებო პარტიის კომუნიკაცია მოსახლეობასთან შავი პიარის გამოყენებით ხორციელდება. ოპოზიციის დისკრედიტაცია არის პირველი მიზანი. ან ხშირ შემთხვევაში ცრუ დაპირებები, როგორც ადგილი ჰქონდა 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების დროს, ეს პრობლემაა... მეორე მხრივ ოპოზიციის კომუნიკაცია ხშირად მოსახლეობასთან ხშირად შემოიფარგლება ხელისუფლების კრიტიკით და იგრძნობა დეფიციტი იმისა თუ რა ალტერნატივა შეიძლება შესთავაზოს ოპოზიციამ მოსახლეობას. კომუნიკაცია, როგორც ასეთი მოსახლეობასთან არსებობს, თუმცა ის არასწორად გამოიყენება ხელისუფლების მხრიდან. მე ასე მგონია, რომ დღევანდელ დღეს კომუნიკაცია რომელსაც ხელისუფლება ამყარებს საზოგადოებასთან, კომუნიკაციის აღნიშნული ტიპი, მეთოდები საქართველოს ეროვნულ უსაფრთხოებაზე დადებითად ვერ აისახება. ხშირ შემთხვევაში ხდება ოპონენტების წინააღმდეგ შავი პიარის აგორება, რაც არ უწყობს ხელს ერის კონსოლიდაციას და აღრმავებს კონფრონტაციას მმართველ პარტიას, მის მომხრეებს, ოპოზიციურ პარტიებსა და მის მომხრეებს შორის. საბოლოოდ, ბუნებრივია, როდესაც ერი არ არის კონსოლიდირებული აღნიშნული ნეგატიურად აისახება ეროვნულ უსაფრთხოებაზე.”

ცალკეული სამინისტროების და სახელმწიფოს ინსტიტუტების მიერ გატარებულ არასწორ საკომუნიკაციო სტრატეგიას შესაძლოა მოჰყვეს ქვეყნისათვის დამაზარალებელი შედეგები. საუბარი არ არის პრეზიდენტის თუ პრემიერ მინისტრის ინსტიტუტზე და ამავე დროს საქართველოს პარლამენტის თუ რამდენად მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მათი სწორი საკომუნიკაციო სტრატეგია ქვეყნის იმიჯზე, თუ მისი იმიჯის შელახვაზე. ხელისუფლების და მთავრობის მხრიდან გაკეთებულმა ამა თუ იმ განცხადებამ შესაძლოა მოახდინოს ომის პროვოცირება ან გახდეს ომის დაწყების მიზეზიც. ასეთი მაგალითები ხშირია მსოფლიოს მასშტაბით, როდესაც ქვეყნის ლიდერების თუ ოფიციალური პირების მიერ გაკეთებული განცხადებების განმარტება უწევთ მათ წარმომადგენლებს.

არასწორი კომუნიკაციისას, ასევე შესაძლოა ქვეყნის ოფიციალურ პირებს წამოსცდეთ სახელმწიფოს საიდუმლო ინფორმაცია და გააჟღერონ სახალხოდ, რისი ფაქტების ასევე მსოფლიოს მასშტაბით არაერთია. აქვე მნიშვნელოვანია, რომ ეს სტრატეგიები განსაზღვრავს ქვეყნის ერთიან პოლიტიკას და იმ ურთიერთობებს რომელიც უნდა გააჩნდეთ სამინისტროებს და სახელმწიფო უწყებებს უცხო ქვეყნის წარმომადგენლებთან. დოკუმენტს არც ლილი ხმალაძე იცნობს, თუმცა ფიქრობს, რომ საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაცია აბსოლუტურად განსხვავდება სხვა ქვეყნების კომუნიკაციისგან. მისი თქმით: “ის პოლიტიკური ტექნოლოგიები და ტექნიკები, რაც შესაძლოა სხვა ქვეყნების შემთხვევაში მუშაობდეს, როგორც წესი, ნაკლებად ამართლებს ქართულ რეალობაში. კომუნიკაციას როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე ქვეყნის გარეთ ძალიან მნიშვნელოვანი როლი აქვს ქვეყნის პოლიტიკურ ცხოვრებაში, საშინაო თუ საგარეო პოლიტიკის წარმატებისა და უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში. ფაქტობრივად, წარმატების ერთ-ერთი განმსაზღვრელი კომპონენტია.”

არსებითად მნიშვნელოვანია ნუგზარ გრძელიშვილის პასუხები [იხ., დანართი 12, გვ. 264-270] მოცემულ ინტერვიუზე, რადგან ის გვთავაზობს კონკრეტულ სამოქმედო გეგმას და აღნიშნავს რომ კომუნიკაციის დოკუმენტს ის არ იცნობს, მეტიც არ იცნობენ საექსპერტო წრეები რაც მიაჩნია რომ ძალიან რთულ ვითარებას ქმნის: “საზოგადოებისათვის, მათ შორის მისი საკმაოდ ინფორმირებული ნაწილისათვის (საექსპერტო წრეების ჩათვლით) უცნობია, აქვს თუ არა ჩვენს ქვეყანას პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია. შესაძლოა ის არსებობს და ცნობილია მხოლოდ სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის ხელმძღვანელობისათვის, რაც აბსოლუტურად არანორმალური ვითარებაა.” ნუგზარ გრძელიშვილი უფრო კონკრეტულად აყალიბებს საკითხს და განავრცობს სტრატეგიული დოკუმენტის შემუშავების პროცესსაც: “მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს ერთიანი პროექტის ფარგლებში, რომელიც უნდა იმართებოდეს ერთი ცენტრიდან. პროექტის განხორციელებაში მონაწილეები პირობითად შეიძლება დაიყოს ორ კატეგორიად:

სახელმწიფო სტრუქტურები

საზოგადოებასთან სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი;

სახელმწიფო სტრუქტურების საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები

არასამთავრობო სტრუქტურები – სხვადასხვა სახის კვლევითი და საკონსულტაციო ორგანიზაციები, საინფორმაციო სააგენტოები და ა.შ.

საზოგადოებასთან სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი;

სტრუქტურა და ფუნქციონალური განაწილება

სტრატეგიული ანალიზისა და დაგეგმვის სამსახური

პიარსტრატეგიების საშუალოვადიანი და გრძელვადიანი დაგეგმვა;

საფრთხეების ანალიზი და მათი განეიტრალების მექანიზმების შემუშავება;

კრეატიული პროექტების შემუშავება;

მთავრობის წევრებისათვის სტრატეგიული მესიჯების შემუშავება.

საინფორმაციო-ანალიტიკური სამსახური

მედია მონიტორინგი;

მედია ანალიზი;

სხვადასხვა სამთავრობო და არასამთავრობო ანალიტიკური სამსახურებიდან მიღებული მასალების ანალიზი;

საფრთხეების გამოვლენა.

ოპერატიული რეაგირებისა და კონფლიქტური სიტუაციების მართვის სამსახური

მოკლევადიან, ტაქტიკური ხასიათის საფრთხეებზე რეაგირება;

კრიზისულ ჯგუფებთან კომუნიკაცია;

ტაქტიკური ხასიათის მესიჯების შემუშავება.

საგარეო კომუნიკაციის სამსახური

საზღვარგარეთის ქვეყნების კვლევით და საკონსულტაციო ცენტრებთან კომუნიკაცია;

საერთაშორისო მედიასთან და საქართველოში მათ წარმომადგენლობებთან კომუნიკაცია;

ლობისტურ კომპანიებთან და კერძო ლობისტებთან (ფიზიკურ პირებთან) ურთიერთობა;

საერთაშორისო საზოგადოებაზე გათვლილი მესიჯების შემუშავება.

სახელმწიფო და არასამთავრობო სტრუქტურებთან კომუნიკაციების სამსახური

სხვადასხვა სამთავრობო სტრუქტურების საზოგადოებასთან ურთიერთობებისა და ანალიტიკურ სამსახურებთან კომუნიკაცია.

არასამთავრობო ორგანიზაციებთან კომუნიკაცია.

მედიადისტრიბუციის სამსახური

შემუშავებული მასალების მედია სივრცეში განთავსების უზრუნველყოფა.

არასამთავრობო სტრუქტურები

არასამთავრობო სტრუქტურების მეშვეობით უნდა განხორციელდეს იმ კატეგორიის აქტივობები, რომელთა განხორციელება ოფიციალური პოზიციებიდან შეუძლებელია ან დაუშვებელია. საზოგადოებასთან სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის ცალკეულ სამსახურებთან მათი კოორდინაცია და თანამშრომლობა უნდა ხორციელდებოდეს ზემოხსენებული ერთიანი ცენტრის გავლით. ცალკეულ შემთხვევაში შესაძლოა კომუნიკაციას ჰქონდეს პირდაპირი ხასიათიც.

არასამთავრობო სტრუქტურების რაოდენობა, მათ მიერ შესრულებული სამუშაოს მიმართულებები და მათი მოცულობა დამოკიდებულია ბევრ ფაქტორზე, მათ შორის, მატერიალურ უზრუნველყოფაზე. ასეთი სახის სტრუქტურების გენერირება უნდა ხდებოდეს პერმანენტულ რეჟიმში სტრატეგიული ანალიზისა და დაგეგმვის სამსახურის რეკომენდაციით. ქვემოთ

ჩამოთვლილია მხოლოდ რამდენიმე მიმართულება, რომლებიც, ჩემი აზრით, პირველ რიგშია გასააქტიურებელი.

რეგულარული სოციოლოგიური კვლევების ჩატარება. როგორც შიდა მოხმარებისათვის, ისე პიარისათვის განკუთვნილი;

საინფორმაციო სააგენტო, რომელსაც გარკვეული პერიოდის შემდეგ უნდა ჰქონდეს კორპუნქტები რამდენიმე, ჩვენთვის სტრატეგიული მნიშვნელობის ქვეყანაში მაინც;

ახალგაზრდობის პრობლემატიკაზე ორიენტირებული ორგანიზაცია.

საერთაშორისო მიმართულების მქონე კვლევითი არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელი გახდება სხვადასხვა სახის პროექტების განხორციელება (ადამიანური რესურსი არსებობს) . კერძოდ:

საზღვარგარეთის ქვეყნების მედია საშუალებებთან და ჟურნალისტებთან ურთიერთობა, მათი საქართველოში ვიზიტების ორგანიზება;

საზღვარგარეთის ქვეყნების Think-Tank-ებთან ურთიერთობა, მათი საქართველოში ვიზიტების ორგანიზება;

ზემოხსენებული ორივე მიმართულებით საქართველოს მთავრობის წევრებისათვის ვიზიტების და შეხვედრების ორგანიზება;

რეგიონული მიმართულებები – აშშ, დასავლეთ ევროპა, აღმოსავლეთი და ცენტრალური ევროპა, რუსეთი და დსთ, აზია.”

ექსპერტი მიიჩნევს, რომ კომუნიკაციის სტრატეგიის უქონლობა, ან მასზე წვდომის შეუძლებლობა საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოებისთვის დიდი გამოწვევაა: “დოკუმენტის როლი უმნიშვნელოვანესია. სტრატეგიის არ არსებობა, ან მასთან წვდომის შეზღუდულობა წარმოადგენს საქართველოს უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევას.”

რაც შეეხება, დოკუმენტის არსებობის საჭიროებას, ექსპერტების მოსაზრებით, იგი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ქვეყნის უსაფრთხოებისა და პროგრესისთვის, რადგან დოკუმენტი მისცემს ქვეყანას კომუნიკაციის გამართული

დაგეგმარების საშუალებას და ფორსირებული მოქმედებისგან გაათავისუფლებს. ექსპერტ ნიკა ჩიტაძის მოსაზრებით, აუცილებელია ჯანსაღი კონკურენციის არსებობა, რისთვისაც უნდა არსებობდნენ ქვეყანაში ჯანსაღი პოლიტიკური ძალები, როგორც სახელმწიფო ინსტიტუტების, ასევე ოპოზიციური სპექტრის მხრიდან. ექსპერტის აზრით, აუცილებელია “სატელევიზიო დებატები, კონკრეტულ თემატურ საკითხზე, მაგალითად როგორ უნდა დაუახლოვდეს საქართველო ევროკავშირს, ყველამ თავისი პოზიცია უნდა წარმოადგინოს და დებატების ფარგლებში ყოველგვარი ურთიერთშეურაცხმყოფელი განცხადებების გარეშე შესაძლებელია მოსახლეობას მიაწვდინო შენი ხმა და გაუზიარო შენი პოზიცია, ერთის მხრივ ხელისუფლებამ, მეორეს მხრივ ოპოზიციამ”. მისი თქმით: პირველ რიგში მიზანი ორივე მხრიდან უნდა იყოს საზოგადოებას გააგებინონ მაგალითად რა არის ქვეყნის ეკონომიური პრიორიტეტები, სოციალური, შიდა პოლიტიკური, საგარეო პოლიტიკური და ა.შ ნიკა ჩიტაძის თქმით, აუცილებელია ასევე არსებობდნენ ამ ტელეხიდეების და დებატების შემქმნელი შესაბამისი სპეციალისტები აუცილებელია მოსახლეობასთან შეხვედრების, საუბრები უნდა იყოს აგებული მომავალზე, რას შესთავაზებს კონკრეტული ერთი პოლიტიკური პარტია, ამომრჩეველს, კონკრეტული პარტიის გამარჯვების შემდეგ და რას შესთავაზებს მეორე პარტია იქნება ეს სახელისუფლებო, თუ ოპოზიციური. მოსახლეობამ უნდა იცოდეს, რა ელოდება მას, თუ ესა თუ ის პოლიტიკური პარტია მოდის ხელისუფლების სათავეში და ამ შემთხვევაში უნდა მიიღოს მისი არჩევანი. მოსახლეობამ და პოლიტიკურმა პარტიამ უნდა იმოქმედოს ინდივიდუალურად. ის ეწინააღმდეგება მანიპულაციების გამოყენებას. მისი თქმით: არავის არ უნდა ჰქონდეს უფლება, ზემოქმედება მოახდინოს მეორე ადამიანზე, „მიეცი ხმა ამა და ამ პოლიტიკურ პარტიას, ან კონკრეტულ მაჟორიტარს“ ჯანსაღი პოლიტიკური გარემო უნდა იყოს ქვეყანაში, ამისთვის კი საჭიროა პოლიტიკური ელიტა იყოს ჯანსაღი. სპეციალური საგამომიებო სამსახურის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი ინფორმაციის სწრაფ გავრცელებას უსვამს ხაზს და ინფორმაციის მოთხოვნაზე ზუსტ დაგეგმილ ქმედებას, მაგრამ აქვე ხედავს გარკვეულ საფრთხეს ინფორმაციის ფორსირებულ გავრცელებაში: “ზიანი

შეიძლება მიადგეს თუნდაც საზოგადოებას ამ ინფორმაციის სწრაფი გავრცელებით”. აქვე, მიიჩნევს რომ აუცილებელია ინფორმირება, ისე რომ პანიკა არ დაითესოს, სასურველია განიხილონ ფსიქოლოგებთან და საჭირო სპეციალისტებთან ყველა დეტალი. მისი თქმით, სიტყვა უსაფრთხოება განსაკუთრებით ფრთხილად უნდა მიეწოდოს მოსახლეობას, რადგან საფრთხის შეგრძნებას უტოვებს მათ თავად სიტყვის კონოტაცია: “ ფრთხილად უნდა იყო კომუნიკაციაში გატანილი რადგან სიტყვა უსაფრთხოება ასოცირდება გლობალურ პრობლემასთან, თან ამ პერიოდში როდესაც რუსეთ უკრაინის ომი ასეთ მწვავე ფაზაშია და ფაქტობრივად სტრესის ფონზე გვიწევს ცხოვრება უკვე მერამდენე წელია გარემოდან გამომდინარე. უფრო და დავწვრილმანდებოდი და ბევრ ადამიანთან გავივლიდი, როგორც პიარ სტრატეგიული დოკუმენტის შექმნის პროცესსაც და ალბათ უფრო მეტ ფოკუს ჯგუფს ვკითხავდი რა დოზით სურთ მიიღონ ინფორმაცია, რადგან არის კატეგორია რომელსაც საერთოდ არ უნდა მიიღოს ინფორმაცია.” თამარ ჟვანიას შეხედულებით, არ არსებობს იდეალური დოკუმენტი, მაგრამ მისი არსებობა ხელშემწყობია პროცესების პრევენციისთვის: “პოლიტიკური სტრატეგიის როლი არის უმნიშვნელოვანესი ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში. ხაზგასასმელია, რომ თანამედროვე მსოფლიოს პოლიტიკურ ლანდშაფტში ვერცერთი სტრატეგია ვერ ჩაითვლება სრულყოფილ გარანტად არსებული გამოწვევებისა და პრაქტიკების გათვალისწინებით. აღნიშნულის მიუხედავად, ამგვარი სტრატეგია მაქსიმალურად ხელშემწყობია ქვეყნის უსაფრთხოებისთვის და დიდწილად ამცირებს მოსალოდნელ რისკებს.” კობა ნარჩემაშვილი ეროვნული კომუნიკაციის სტრატეგიის არსებობას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს, რადგან მრავალეროვანი ქვეყანა ვართ რომელსაც ბევრი არაკეთილმოსურნე მეზობელი აკრავს გარს: “გადამწყვეტია მისი მნიშვნელობა აქვს, რადგან ჩვენ ვართ მრავალეროვანი, საკმაოდ პოლიტიკურია რთულ გარემოცვაში მყოფი ქვეყანა, მჭიდროდ დასახლებული იმიტომ ვუსვამ ამას ხაზს, რომ ბევრი მეზობელი და არაკეთილმოსურნე ქვეყნების ინტერესები იკვეთება საქართველოში. ამიტომ მე სწორად მიმაჩნია, რომ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ასეთი დოკუმენტი

უცხოეროვან ადამიანებთან, რომლებიც მჭიდროდ არიან ჩასახლებული, მათთან განსხვავებული მიდგომებია საჭირო. საჭიროა მათთან კავშირის არ გაწყვეტა, ურთიერთობის უზრუნველყოფა, უნდა იყოს რესპუბლიკურ დონეზე, ეროვნულ დონეზე, ისე ადგილობრივ დონეზე. ის გეოპოლიტიკური გამოწვევები.” კობა ნარჩიმაშვილი საფრთხეს ხედავს იმაში, რომ მოქალაქეებს თავად უწევთ ინფორმაციის საკუთარი რესურსებით მოპოვება, რაც უდიდეს საფრთხეს წარმოადგენს ქვეყნის უსაფრთხოებისთვის, მისი აზრით ინფორმაცია ცენტრალიზებულად უნდა მიეწოდებოდეს ყველა მოქალაქეს. “ერთი ნაბიჯით ყოველთვის წინ უნდა იყოს სახელმწიფო. სახელმწიფო საზოგადოებას უნდა აწვდიდეს ამომწურავ, სწორ, ობიექტურ ინფორმაციას და გასაგებ ენაზე ინფორმაციას. აქვე ხაზს უსვამს ინფორმაციის მიწოდების ენას, მისი თქმით, ენა უნდა იყოს გასაგები და მარტივი რომ ყველას ყურამდე ერთნაირად თანაბრად მივიდეს: “მოსახლეობის უმრავლესობამ არ იცის ის ენა რომლითაც პოლიტიკური ელიტა ან საექსპერტო ელიტა საუბრობს. საქართველოში არსებობს ასეთი გამოწვევა, რომ პოლიტიკური პიარის კომპონენტი მოქმედებს პოსტფაქტუმ.”

დასკვნა

პოლიტიკური პიარის მნიშვნელობაზე კონცენტრირება და საფრთხეების შესწავლის გზების მოძიება მნიშვნელოვანია. ეგრეთწოდებულ „ფეიკ ნიუსს“, არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ მსოფლიო მასშტაბით აქტიურად ებრძვიან, თუმცა ვერც „ფეისბუქმა“ და ვერც „გუგლმა“ ჯერჯერობით კონკრეტული გეგმა ვერ შეიმუშავა და არ არსებობს საბოლოო სტანდარტი იმის თაობაზე, თუ როგორი გზით უნდა ვებრძოლოთ ყალბ ინფორმაციას, იმისათვის რომ დავადგინოთ ნამდვილი და მცდარი შეტყობინება. თემის ფარგლებში მოკვლევულმა მასალამ მოგვცა მეტ-ნაკლებად სრული სურათი ქვეყანაში მიმდინარე მედია პროცესებზე, მათი გავრცელების და მოქმედების მასშტაბებზე და შედეგებზე. რეპუტაციულ საფრთხეებზე, კიბერ, თუ საინფორმაციო ომებზე, რისი მეშვეობითაც გვექნება ერთგვარი სქემა, თუ როგორ უნდა განვასხვაოთ მცდარი და მართალი ინფორმაცია, როგორც მოქალაქეებმა და მცდარი და მართალი ინფორმაცია, როგორც ექსპერტებმა უსაფრთხოების სფეროში. რაც შეეხება საკვლევ კითხვებს, მაგალითად რა ტიპის გავლენა აქვს პოლიტიკურ პიარს ეროვნული უსაფრთხოების სისტემაზე საქართველოში? გამოიკვეთა, რომ პოლიტიკური პიარის გავლენა ეროვნული უსაფრთხოების კონტენტში უმნიშვნელოვანესია, რადგან მას აბარია ინფორმაციის და ლიდერის მართვის არაპირდაპირი ბერკეტი, გეგმავს და აანალიზებს პროცესებს, პასუხისმგებელია ინფორმაციის გავრცელების მასშტაბებსა და თემატიკაზე, გეგმავს ღონისძიებებს და კამპანიებს, მესიჯებს და აუდიტორიას. უშუალო კონტაქტშია ლიდერ, გადაწყვეტილების მიმღებ პირებთან და გამტარია საშუალო და დაბალი რგოლების პრობლემატიკის დეფინიციის საკითხებში. აკვირდება საზოგადოების განწყობებს, ახორციელებს სხვადასხვა ტიპის კვლევებს და გეგმავს მოკლე და გრძელვადიან საკომუნიკაციო სტრატეგიას.

კითხვაზე თუ რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? გამოიკვეთა პიარის არსი და მნიშვნელობა, როგორც ტერმინის ასევე მიმართულების, მისი კორელაცია პოლიტიკურ პროცესებთან და მის მიერ არაჯეროვნად შესრულებული, ან მისი დაგეგმარების იგნორირების პირობებში.

მიღებული გადაწყვეტილებების მასშტაბური საფრთხე ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების ასპექტში. ექსპერტების მოსაზრებით, პოლიტიკურ პიარს აქვს 80%-90% პროცენტი გავლენა ქვეყნის უსაფრთხოებაზე.

შემდეგი საკვლევი კითხვა იყო, რა როლი ენიჭება პოლიტიკურ პიარს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? კომპეტენტური ექსპერტების შეხედულებით, პოლიტიკურ პიარს ლიდერის ფორმირების პროცესში უმთავრესი როლი ენიჭება, დაწყებული მისი ფსიქოტიპის შესწავლით, ველის, გარემოს, ამომრჩეველთა, ბრენდინგის, მესიჯბოქსის და სხვა მიმართულებით.

შემდეგ კითხვაზე, თუ რამდენად დამაზიანებელია ფეიკ ნიუსის ფაქტორი ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე? ექსპერტების სრული სპექტრი გვიზიარებს განწყობას, რომ დაგვიანებული რეაქცია ნებისმიერ ტყუილ ინფორმაციაზე არის სავალალო ქვეყნისთვის, აზიანებს როგორც ქვეყნის რეპუტაციას, ასევე თავად წყაროს საიდანაც ვრცელდება ინფორმაცია და საჭიროა მისი არა მხოლოდ დაზვერვის დონეზე კვლევა არამედ ღია წყაროებიდანაც, სადაც უნდა იკითხებოდეს დაფარული კონტექსტი.

რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? - მოცემულ კითხვაზე ფსიქოლოგიის და პიარის ექსპერტებმა ასევე პოლიტოლოგებმა პროპაგანდის ორი სახე გამოავლინეს, პოზიტიური და ნეგატიური, აღნიშნეს რომ არის დეფიციტი პოზიტიური პროპაგანდის, ასევე სიჭარბე ნეგატიური პროპაგანდული პროდუქტის რაც ვნებს ქვეყნის უსაფრთხოებას და დამაზიანებელ გავლენას ახდენს თავად პროცესებზე.

მე-6 კითხვაზე,- აქვს თუა არა საქართველოს ეროვნული კომუნიკაციების სტრატეგია და რა როლი ენიჭება სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? პასუხის გასაცემად კვლევის პროცესში, ცხადი გახდა, რომ არც ერთი ექსპერტი, რომელსაც გავესაუბრე არ იყო ინფორმირებული ეროვნული კომუნიკაციების სტრატეგიასთან დაკავშირებით, აღმოჩნდა რომ ჩვენი ძალებით მოძიებული ინფორმაციით მსგავსი დოკუმენტი არ არსებობს. ყველა ექსპერტი თანხმდება, რომ ასეთი დოკუმენტის არსებობა აუცილებელი და სავალდებულოა

ქვეყნისთვის. თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ არსებობს საგარეო საქმეთა სამინისტროს, შინაგან საქმეთა სამინისტროს კომუნიკაციების სტრატეგიული დოკუმენტები, რომლითაც ისინი ახორციელებენ სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხებით აქტივობებს, დაგეგმარებას და მოქმედებას.

პიარს აქვს უშუალო და მძლავრი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე, ამაზე მეტყველებს ის რომ მას აქვს ინსტრუმენტები და კონკრეტული ინდიკატორები, რომლითაც უშუალოდ არის ჩართული პოლიტიკურ პროცესებში, როგორც აქტორი, როგორც შემოქმედებითი პროცესების თანაავტორი. პიარი არის სტრუქტურული ერთეული სახელმწიფო უწყებებსა და კერძო სექტორში, რომელიც ქმნის ბრენდის და ლიდერის სახეს, აყალიბებს მდგრად და გრძელვადიან მესიჯებს, მონაწილეობს პოლიტიკური ამინდის შექმნაში. ხშირ შემთხვევაში ქმნის, არის გამტარი და ასევე ხშირ შემთხვევაში აკონსერვებს ინფორმაციას. პიარი აზრების და მესიჯების ფუნქციას ითავსებს, იმიტომ რომ ის მედიუმია რომელიც მოცულობით ინფორმაციას ფლობს და ამით ერთგვარ პრევენციულ დაცვას კისრულობს ეროვნული უსაფრთხოების ასპექტში. არსებობს კულტურის და ტრადიციის სფეროში მიმართულებები, რომელიც თავისი თვითმყოფადი არსით არ არის პოლიტიკური, თუმცა ჩვენს გამოცდილებაში, იკითხება ის რომ ნებისმიერი თემა შეიძლება პოლიტიკასთან ასოცირებულად გარდაიქმნეს. გარკვეულწილად დროთა განმავლობაშიც კი „დარდი“ ვერ გამოთავისუფლდეს პოლიტიკური „დამლისგან“. ამიტომ, არ არსებობს ასპექტი, რომელიც უნდა დარჩეს მხედველობის გარეთ, რადგან ყოველ წამს შესაძლოა გარდაიქმნას გლობალურ პოლიტიკურ მოვლენად, როგორც არის მაგალითად სპორტული ღონისძიება, ან ტაძრის აღდგენითი სამუშაოები, მისაღები გამოცდები, ან სხვა. ზოგიერთი შემთხვევა შეიძლება არ იყოს ტრაგიკულად დრამატული, მაგრამ ზოგი შემთხვევა შეიძლება გარდამტეხიც კი გახდეს და ქვეყნის ინტელექტის დეკადანსზეც კი მიანიშნებდეს.

კვლევამ აჩვენა, რომ საქართველოში პოლიტიკურ პიარს აქვს მნიშვნელოვანი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე და გააჩნია კონკრეტული სახის ინდიკატორები.

გამოიკვეთა კვლევის პროცესში ცამეტი მეცნიერული სიახლე, რომელთაც თანმიმდევრობით წარმოგიდგენთ:

2. კვლევამ აჩვენა რომ პოლიტიკურ პიარს აქვს პირდაპირი კორელაცია ეროვნულ უსაფრთხოებასთან. ამას ადასტურებენ, ექსპერტები და ჩვენს მიერ ჩატარებული სიტუაციური ანალიზი, სადაც ნათლად ჩანს პიარის როლი ინფორმაციის მიღება-გაცემის პროცესში და არასწორად, ან არაეთიკურად მართული პიარ კამპანიის მნიშვნელობა ეროვნული უსაფრთხოების კონტექსტში. მაგალითად კოვიდ პანდემიის პროცესში, ლუგარის ლაბორატორიის ან უკრაინის ომის კონტექსტში.

3. კვლევის პროცესში გაჩნდა ახალი ტერმინი “უსაფრთხოების მარკეტინგი”, ან/და “ეროვნული უსაფრთხოების მარკეტინგი” რომელიც მოიცავს მარკეტინგულ პროდუქტებზე, რომელიც დამაზიანებელია ქვეყნის უსაფრთხოებაზე დაკვირვებას და მიდევნებას, აღმოფხვრას ან ინფორმირებას შესაბამისი უწყებების. გთავაზობთ ჩემულ დეფინიციას ახალ ტერმინზე, რომელსაც ვფიქრობ აქვს არსებობის უფლება: “უსაფრთხოების მარკეტინგი” ეს არის ტერმინი, რომელიც განსაზღვრავს ეროვნულ უსაფრთხოებაში მარკეტინგული პროდუქტის მნიშვნელობას, მის სახეს, მათზე ზედამხედველობას და მონიტორინგს, ახდენს მის იდენტიფიცირებას და შესწავლას. ერთგვარ კონტროლს, რათა არ მოხდეს ყალბი პროდუქტის გავრცელება, რომელიც სამომავლოდ ქმნის საფრთხეს ეროვნულ დონეზე.

4. ეროვნული უსაფრთხოების დონეზე უნდა მოხდეს მცდარი ინფორმაციის განეიტრალებაზე პროფილაქტიკური სტრატეგიის შემუშავება, რაც უდავოდ შესაძლებელს გახდის პიარის შესაძლებლობების გაფართოებას. მკვეთრად გამოიკვეთა რომ მნიშვნელოვანია, პოლიტიკურ მანიპულაციებზე წინმსწრები სამუშაოების ჩატარება, რადგან დაგვიანებული რეაქციები ვნებს პროცესს და წამგებიან პოზიციაში ამყოფებს სახელმწიფოს და სუბიექტს. მით უფრო, რომ პრობლემათა დიდი ნაწილი უკვე რეაქტიულ ფაზაში გვაქვს.

5. გამოიკვეთა, რომ პოლიტიკურ პიარს გააჩნია კონკრეტული სახის ინდიკატორები, როგორცაა პროპაგანდა და „ფეიკ ნიუსი“ და მათი ურთიერთკორელაცია და სისტემატიზებული სახე ვნებს პოლიტიკურ პროცესებს,

ქმნის დიდ საფრთხეს როგორც ქვეყნის შიგნით ასევე ქვეყნის გარეთ. გამოსავალი კი არის, იმაში რომ მაქსიმალურად ღია და გამჭვირვალე იყოს პროცესი და თავად არ იყენებდეს სახელმწიფო უწყება პიარის არაეთიკურ ინსტრუმენტებს ინფორმაციის გადასაფარად, არამედ იყოს ღია და ინდივიდის დონეზე ხდებოდეს საპასუხო რეაქციები არასუბორდინაციულად, რადგან ამ პროცესში დაკარგული დრო საპასუხო რეაქციას მეტწილად აგვიანებს და აფერხებს სრულ პროცესს, ქმნის ეროვნულ რისკებს. მაგრამ ცხადია ეს არ გამოირიცხავს იმას, რომ მტკივნეული და მნიშვნელოვანი საკითხების ირგვლივ არსებობდეს მდგრადი მესიჯბოქსი, რომლის მოდიფიკაციას სხვა და სხვა დონის სპიკერი თავად აფორმირებს.

6. გამოიკვეთა „ფეიკ ნიუსის“ არსი მისი კლასიფიკაცია და მისი მიმართება ეროვნულ უსაფრთხოებასთან. ფეიკ ნიუსს აქვს სხვადასხვა სახე და კლასიფიკატორები, რომლებიც მეტწილად მიემართება პოლიტიკურ პროცესებს და აქვს მნიშვნელოვანი ნეგატიური გავლენა მათზე. ტყუილ ინფორმაციას, შეუძლია ჩირქი მოსცხოს, როგორც ლიდერს, ასევე ქვეყანას და გამოიწვიოს ეროვნულ დონეზე აზრის ფიქსაცია.

7. გამოვკვეთეთ ლიდერის როლი, სახეები, ტიპები და მნიშვნელობა ეროვნული უსაფრთხოების გადაწყვეტილების პროცესში. ექსპერტებმა დეტალურად აღწერეს ლიდერის თვისებები და მახასიათებლები, შეიქმნა იდეალური ლიდერის მოდელი.

8. გამოიკვეთა, რომ ჩვენს ქვეყანას ამ ეტაპზე არ გააჩნია საინფორმაციო - ფსიქოლოგიური კომუნიკაციის სტრატეგია და ასევე ვიმსჯელოთ მის აუცილებლობასა და მნიშვნელობაზე.

სტრატეგიული დონე - ამ დონეზე ხორციელდება ეროვნულ და უშუალოდ სახელმწიფოებრივ დონეებზე მიღებული სტრატეგიის დანერგვა და იმპლემენტაცია და მას გააჩნია გეოპოლიტიკური მნიშვნელობა;

ოპერატიული დონე - ამ ეტაპზე ხორციელდება უშუალოდ სამთავრობო დონეზე შემუშავებული ღონისძიებების მექანიზმების და გეგმების წარმოჩენა ასეთ საფრთხეებთან გამკლავებისთვის და მათი შედეგების აღმოფხვრისთვის;

ტაქტიკური დონე - აღნიშნული დონე მოიცავს გარკვეული სახის უფრო დაბალი ბიუროკრატიული (სამინისტროების, დეპარტამენტის დონე) და საზოგადოებრივი აქტორების ფორმატში მიღებული დოკუმენტები და შემუშავებული საპროგრამო მიდგომები.

9. გამოვიყენეთ ულტრათანამედროვე აპარატი ბიოფიდბეკი²¹⁹ და ნეიროფიდბეკი²²⁰ აზრის ლიდერების კვლევისთვის, რათა შეიქმნას განწყობების დაკვირვების გზით პოლიტიკური პროდუქტებზე დაკვირვების მეთოდოლოგია, რათა წინმსწრებად განისაზღვროს მათი მნიშვნელობა და საფრთხე. შესაძლებლად მივიჩნევთ, რომ მსგავსი აპარატული კვლევა, გამოიყენოს სახელმწიფო მმართველობამ, როგორც მესიჯის, სლოგანის, ფერის და მარკეტინგული პროდუქტების კვლევისას, ასევე დამაზიანებელი პროდუქტების კვლევის ასპექტში. რადგან კვლევა ნაკლებად შეიცავს მიკერძოებულ ხედვებს, ცდისპირი არის თავისუფალი წნეხისგან, იმყოფება მასალის პირისპირ და გამოთქვამს მოსაზრებას ღიად. მსგავსი მაღალკვალიფიციური კვლევები ეროვნული უსაფრთხოების ასპექტში შესაძლებელია გამოვიყენოთ, როგორც ანალიზი რომელიც პრევენციული ღონისძიებისთვის მოგვამზადებს.²²¹

²¹⁹ Kotrikadze M., article “The Candidate as a “Political Goods” and the Electorate as a “Potential Client”: The Role of Public Relation on Political Campaign” [Indonesian Journal of Cultural and Community Development](https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/869/1036?fbclid=IwAR33WLBS22uFjaGupygZR5L8gK8Lpfvs8jg-MBarTbW3fSeHL-kj2gNstU), <<https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/869/1036?fbclid=IwAR33WLBS22uFjaGupygZR5L8gK8Lpfvs8jg-MBarTbW3fSeHL-kj2gNstU> > [L.S. 22.11.2022]

²²⁰ კოტრიკაძე მ., „ფსიქოლოგიური ომის თანამედროვე გამოწვევები, პირველი ულტრათანამედროვე კვლევა ტყუილსა და პროპაგანდაზე თავის ტვინის იმპულსების შესასწავლად ნეიროფიდბეკის აპარატით.“ 17th International Silk Road Conference, IBSU Publications, Tbilisi, 2023, გვ.249-256

²²¹ Kotrikadze M., article “First Ultramodern, Neuromarketing Research on Lying and Propaganda to Study Brain Impulses with Neurofeedback and Biofeedback Devices” Vol. 2 No. 6 (2023): INTERNATIONAL JOURNAL OF INCLUSIVE AND SUSTAINABLE EDUCATION https://interpublishing.com/index.php/IJISE/article/view/121?fbclid=IwAR3bKwGEccg1MIg6hCNS5-OT3o3_PWYIMQY3KHmUuiczEgb_snxRONDmbjU [L.S. 22.10.12]

10. აქცენტი უნდა გაკეთდეს პროპაგანდულ პროდუქტზე, რადგან მხოლოდ 2% აჩვენა ნეგატივი.

11. წერილობით ანკეტირებაში საერთო რაოდენობის 30% სიცრუეს წარმოადგენს. ამდენად ექვეყნებ დგება სოციოლოგიური კვლევების ვალიდურობის საკითხი.

12. აქვე გთავაზობთ ტერმინს: ფსიქიკური ეკოლოგიის ეროვნული საფრთხე - საფრთხე რომელიც მოქმედებს ინდივიდზე და ჯგუფზეც, არის ასიმეტრიული საფრთხეების რიგში და ფსიქოსომატურ დონეზე ძლიერ, ბიოლოგიურ იარაღს წარმოადგენს, მით უფრო ისეთ პატარა ერებში როგორც საქართველოა.

13. ინფორმაციის პარადოქსული/კონტრასტული გავლენის ეროვნული საფრთხე, რომელიც წარმოადგენს მასების მართვის სიმეტრიულ იარაღს და ამის თვალსაჩინო მაგალითია 2008 წლის გამარჯვების კონცერტი, ეკლესიის, ტრადიციების და ღირებულებების დემონსტრაციული პარადოქსული, კონტრასტული გავლენა.

14. მედია უსაფრთხოება/ანდა კომუნიკაციის უსაფრთხოება - გავრცელებული ინფორმაციის ტემპი და დაფარვის შეუქცევადი საფრთხე შესაძლოა გახდეს ისეთი მასშტაბის საფრთხე, რომლის მართვაც პრევენციის გარეშე წარმოადგენს ეროვნული დონის საფრთხეს.

ასევე აღსანიშნავია, ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის მექანიზმები, კულტურული ფასეულობების დაცვის სტრატეგია და სხვა შემუშავებული სქემების გვერდით, უნდა არსებობდეს ისტორიული ფაქტების დამახინჯების, ქვეყნის დროშის, რუკის, ისტორიოგრაფიული, არქეოლოგიური და რა თქმა უნდა პირადი ინფორმაციების ეროვნული უსაფრთხოების დონეზე შესწავლის და დაცვის მექანიზმი. უნდა დადგინდეს კომუნიკაციის საერთო სტანდარტი სახელმწიფოს მხრიდან, აქტიური პროპაგანდის მეშვეობით სიმულვილის ენის წინააღმდეგ, უცხოენოვანი ტერმინებისა და კალკის წინააღმდეგ, რათა დაიწმინდოს და არ წახალისდეს ამგვარი კომუნიკაციის ფორმა. ყველა ეს მიდგომა, შეზღუდავს აგრესიის მოზღვავებას ველში, რომლიდანაც ჩვენგან დამოუკიდებლად ვიღებთ ზღვა ნეგატივს. რადგან აგრესიული მოქალაქის მზაობა წახალისებული იყოს აგრესიული ქმედებისკენ გაცილებით უფრო დიდია ვიდრე მშვიდისა და

გაწონასწორებულის, რაც საერთო ჯამში ეროვნული უსაფრთხოების დონეზე განიხილება.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ უკვე დაგროვილი ნეგატიური გამოცილება თავის თავში გულისხმობს დაკვირვებისთვის აუცილებელ ინფორმაციას, რომელიც სწორი სახელმწიფო პროპაგანდის და ეთიკური პიარის ხელში იქნება გამოყენებული სრულყოფილი, სიცოცხლისუნარიანი და მოქმედი სტრატეგიის შემუშავებისთვის, რადგან უნდა გავითვალისწინოთ რომ კომუნიკაციის ეროვნული სტრატეგია არის დოკუმენტი, რომელიც ყოველდღიურობაში უნდა აღსრულდეს და დაიხვეწოს.

დასკვნის სახით, კი შემიძლია გაგიზიაროთ, რომ თემაზე მუშაობა იყო უდავოდ საინტერესო ჩემთვის, როგორც მკვლევრისთვის და ვიმედოვნებ, რომ ნაშრომის დასრულების შემდგომ სასარგებლო იქნება თემით დაინტერესებული პიარებისთვის, მარკეტოლოგებისთვის, საჯარო და კერძო სექტორის პიარებისთვის, სახელმწიფო მოხელეებისთვის, პოლიტიკოსებისთვის, პოლიტიკური პიარის წარმომადგენლებისთვის და რა თქმა უნდა პოლიტიკური კანდიდატებისთვის.

მადლობა მინდა გადავუხადო კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტს და ჩემს ხელმძღვანელს პროფესორს ვახტანგ მაისაიას ამ შესაძლებლობისთვის, ხელშეწყობისთვის და დახმარებისთვის სამეცნიერო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში.

ბიბლიოგრაფია

1. ადამსი ვ., ლიდერობის მანიფესტი გახდი ლიდერობის გურუ, რობერტ ანდერსონი, გამომცემლობა „ლურჯი ოკეანე“, თბილისი, 2023
2. ალადაშვილი ბ., რუსეთის “ჰიბრიდული ომი” საქართველოს წინააღმდეგ (1918-1921), უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2018
3. ალენი ჯ., “როგორ აზროვნებს ადამიანი”, გამომცემლობა “პეგა, თბილისი, 2014
4. არონსონი ე., “სოციალური ცხოველი”, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2014
5. არმსტრონგი კ., მარკეტინგის საფუძვლები, მე-14 გამოცემა, ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა, თბილისი, 2015
6. ბუტოლფ ჯ., ჯონსონი ჰ.ტ რეინოლდსი, ჯეისონი დ.მაიკოფი, პოლიტიკის მეცნიერების კვლევის მეთოდები, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2013.
7. ბრაიანი ა., თვითპიპნოზი, გამომცემლობა პეგა, თბილისი, 2016
8. გოდინი ს., ეს არის მარკეტინგი, გამომცემლობა ლურჯი ოკეანე, თბილისი, 2023.
9. გოლდსმიტი მ., ახალ მიზანს ახალი ფორმულა სჭირდება, თბილისი, 2023.
10. გოგოლაძე ე., ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, დისერტაცია, თბილისი, 2019.
11. გურული თ., პიარის საფუძვლები, აზროვნების აკადემიის გამომცემლობა, თბილისი, 2022
12. დენის ლ., უილკოქსიკამერონი გ. ტ., საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა, ნაწილი I, გამომცემლობა დიოგენე, თბილისი, 2011.
13. ეგვენტაძე ე., საერთაშორისო უსაფრთხოება და საერთაშორისო კონფლიქტები, თსუ-ს გამომცემლობა, თბილისი, 2009
14. ემოციური ინტელექტი, ჰარვარდის ბიზნესრევიუ, HBR'S 10 MUST READS ბიზნესლიტერატურა, თბილისი, 2018.
15. ერიაშვილი ნ., ამინოვ ი., ცვეტკოვ ვ., სტოლიარენკო ა., კარაიანი ა., სულხანიშვილი მ., ფსიქოლოგია, გამომცემლობა სამართლიანი საქართველო”, თბილისი, 2016
16. ვახანია თ., „უსაფრთხოება და საერთაშორისო ტერორიზმი გლობალიზაციის კონტექსტში“, თბილისი, 2013
17. ვებერი მ., პოლიტიკა როგორც მოწოდება და ხელოვნება, გამომცემლობა კარპე დიემ, თბილისი, 2021
18. თავბერიძე ლ., ნაშრომი თემაზე: ეროვნული ინტერესები როგორც ეროვნული უსაფრთხოების საფუძველი, კსუ, თბილისი, 2020
19. თომფსონი ჯ., ბ., მედია და მოდერნულობა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2014
20. ილი ნ., როგორ მოვახდინოთ სასწაულები, გამომცემლობა გეო, თბილისი, 2019

21. ირეტონი შ., პოზეტი ჯ., გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO) სერიიდან ჟურნალისტური განათლების შესახებ, თბილისი, 2021
22. იმედაძე ი., ფსიქოლოგიის ისტორია, ანტიკური ხანიდან ჩვენ დრომდე, გამომცემლობა მწიგნობარი, თბილისი, 2018
23. კიკალიშვილი გ., საზოგადოებასთან ურთიერთობის განვითარების თანამედროვე სივრცეები, თბილისი, 2019
24. კოტრიკაძე მ., ჟურნალი “პოლიტოლოგოსი”, “პოლიტიკური პიარი, საარჩევნო პროცესის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი“, N5, თბილისი, 2022.
25. კოტრიკაძე მ., „ფსიქოლოგიური ომის თანამედროვე გამოწვევები, პირველი ულტრათანამედროვე კვლევა ტყუილსა და პროპაგანდაზე თავის ტვინის იმპულსების შესასწავლად ნეიროფიდელების აპარატი.“17th Internationaln Silk Road Conference, IBSU Publications, Tb., თბილისი, 2023
26. კაციტაძე კ., სტრატეგიის საფუძვლები, გამომცემლობა ცოდნა, თბილისი, 2007
27. ლომიძე მ., ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სალექციო კურსი, თბილისი, 2021
28. მალრაძე გ., მასიაია ვ., “ჰიბრიდული ომი და 21-ე საუკუნის საერთაშორისო უსაფრთხოების პრობლემები”, ქართულ-ევროპული უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2020
29. მალრაძე მ., და მასიაია ვ., „21-ე საუკუნის საერთაშორისო პოლიტიკა და „თანამშრომლობითი უსაფრთხოების“ თეორია: მითი და რეალობა - რეგიონული და გლობალური ასპექტები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017
30. მალრაძე კ., პიარის გზამკვლევი სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებისთვის, გზამკვლევი შექმნილია ევროკავშირის და კონრად ადენაუერის ფონდის მხარდაჭერით. თბილისი, 2019
31. მელაძე თ., პოლიტიკა - ადამიანური ხელოვნება, თბილისი, 2020
32. მხეიძე ზ., სიყვარული, ტყუილი, ემოციები და თვითშეფასება ურთიერთობებში, აზროვნების აკადემიის გამომცემლობა, თბილისი, 2022
33. ნიკიტინი ლა., ეთიკა, გამომცემლობა სამართიანი საქართველო, თბილისი, 2015
34. პეტერსონი ჯ., ცხოვრების 12 წესი, გამომცემლობა პალიტრა L, თბილისი, 2021
35. რონდელი ა., საერთაშორისო ურთიერთობები, თბილისის დამოუკიდებელი უნივერსიტეტი, თბილისი, 1996
36. რაცი ა., რუსეთის ჰიბრიდული ომი უკრაინაში, გამომცემლობა ფინეთის საგარეო ურთიერთობათა ინსტიტუტი. თბილისი, 2015
37. რაისი ელ., ტრაუტი ჯ., მარკეტინგული ომები, გამომცემლობა პალიტრა, თბილისი, 2019
38. სანიკიძე გ., კილურაძე ნ., თანამედროვე საერთაშორისო ურთიერთობები, ილიას სახელობის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2007

39. სენარკლენი პ., არიფენი ი., საერთაშორისო პოლიტიკა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, მე-5 გამოცემა, თბილისი, 2014
40. სეიტელი ფ., PR-ის ფორმირების თეორიული ასპექტები, ილიას უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 1995
41. საყვარელიძე რ., ჰიპნოზი, ფსიქოლოგიური საუბრები, აზროვნების აკადემიის გამომცემლობა, 2023
42. ტომპსონი ჯ., მედია და მოდერნულობა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2014.
43. უზნაძე დ., ზოგადი ფსიქოლოგია, გამომცემლობა საქართველოს მაცნე, თბილისი, 2018
44. ფროიდი ზ., გამომცემლობა პალიტრა L, ტომი 31, თბილისი, 2018
45. ფროიდი ზ., სიამოვნების პრინციპს მიღმა ეგო და იდი, გამომცემლობა აქტი, 2021
46. ფროიდი ზ., მასების ფსიქოლოგია და მეს ანალიზი, გამომცემლობა გეო, 2013
47. შოსტრომი ე., ადამიანი მანიპულატორი, გამომცემლობა პეგა, 2014
48. შუბითიძე ვ., ბუცხრიკიძე ა., იმიჯოლოგია, როგორ გავიმარჯვოთ არჩევნებში, თბილისი-ქუთაისი, 2009
49. შონია ო., სუპატაშვილი მ., სახელმწიფო უსაფრთხოების უზრუნველყოფის სისტემა, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის გამომცემლობა #2(7), 2009
50. შულაია ა., პოლიტიკური პიარის ზეგავლენა საზოგადოების ფართო მასებზე და პოლიტიკური სუბიექტების მარკეტინგული შეთავაზებები, 2019
51. შორსტრომი ე., ადამიანი მანიპულატორი, გამომცემლობა პეგა, თბილისი, 2014
52. ჩიარაველე ბ., ფინდლი ბ., ჩენქი ბრენდინგი მარტივად, გამომცემლობა პალიტრა, ლურჯი ოკეანე, თბილისი, 2017
53. ცვეტკოვი ვ.ლ., კონფლიქტის ფსიქოლოგია, თეორიიდან პრაქტიკამდე, გამომცემლობა სამართლიანი საქართველო, თბილისი, 2015
54. ციციშვილი ც., სოციალური ფსიქოლოგიის საფუძვლები, საქართველოს უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2012
55. ჯონსონი ჯ., პოლიტიკის მეცნიერების კვლევის მეთოდები, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2013
56. ჰილი ნ., როგორ მოვახდინოთ სასწაულები, გამომცემლობა გეო, თბილისი, 2015
57. ჰაბერმასი ი., „საჯარო სფეროს კონცეფცია“, თბილისი, 2020
58. ჰეიფუდი ე., პოლიტიკა, გამომცემლობა საქართველოს მაცნე, მესამე გამოცემა, თბილისი, 2007
59. ხიდაშელი თ., ჰიბრიდული ომების ანატომია, სამოქალაქო იდეა, გამომცემლობა პალიტრა L, 2022
60. Anthony P.M., Bargainer, Psychological Warfare, University of Chicago Press, 2006
61. Adria, M., & Mao, Y. Handbook for research on citizen engagement and public participation in the era of New Media. IGI Global, USA, 2017
62. Aladashvili B., “Russia’s Hybrid War against Georgia in 1918-21”, in Georgian, University Publishing House “Emboma”, Tbilisi, Georgia, 2018

63. Arunova M., Nabiev Z. Afghanistan: Problem of Terrorism in the book, *Terrorism Threat to Mankind in the 21st Century*, International Relations and International Economic Institute, Moscow, 2003
64. Brigitte L. Nacos, *Terrorism and Counterterrorism – Understanding Threats and Responses in the Post-9/11 World*, second edition, Penguin Academics, London, UK, 2008
65. BOURDIEU P., *Sur la télévision*, Carde diem, Tbilisi, 2021
66. Bator P., *International Conflict Management – Crisis, War and Peace*, in *Introduction to Security Studies*, Centre for European and North Atlantic Affairs (CENAA), Bratislava, Slovakia, 2014
67. Biddle S., Friedman, J.A., *The 2006 Lebanon Campaign and the Future of Warfare, Implications for Army and Defence Policy*, SST, US Army College, Carlisle, 2008
68. Boin A., Hart P., Stern E. and Sundelius B. *The Politics of Crisis Management – Public Leadership under Pressure*, second edition, Cambridge University Press, United Kingdom, 2017
69. Burnett N. F. *Ideology and Propaganda: Toward an Integrative Approach*”, Praeger, New York, 1989
70. Cordy j., *The Social Media Revolution: Political and Security Implications*” – draft report – NATO Parliamentary Assembly, Committee on the Civil Dimension of Security, 064 CDS DG 17 E, Brussels, 2007
71. Chekinov, S. C.; Bogdanov, S. A. *The Nature and Content of a New-Generation War (PDF)*, Military Thought, United States, 2013
72. Cohen A., Hamilton R. *The Russian Military and the Georgia War: Lessons and Implications* Paperback, Strategic Studies Institute, USA, 2012
73. Carraro L., Honorati M., and Marguerie A., *Assessing Potential Work Disincentives of the Targeted Social Assistance System in Georgia*. World Bank, Washington, 2020
74. Cohen R., *Cooperative Security: New Horizons for International Order*, 2001
75. Center A.H., Jackson P. *Public Relations Practices. Managerial Case Studies and Problems*, Englewood Cliffs, University Press, New York, 1990
76. Edenhofer, L. J., & Lecheler, S. *Fake News As a Two-Dimensional Phenomenon: a framework and research agenda*. *Annals of the International Communication Association*. 2019
<<https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>>
77. Evgeny Parentheses *Strategic Communication of the USA: The Imperial Overtrain*, magazine *Peace and Politics (Mir y Politika)*#8, in Russian, Non-Commercial Partnership Academy of Creative Technologies, Moscow, Russian Federation, 2012
78. Gvenetadze E., *International Security Aspects in Georgian*, Publishing House Legal Space, Tbilisi, 2017
79. George H., *Quester Offense and Defense in the International System “*, Transaction Publishers, USA, 2003
80. Hough P., Malik S, Moran A. and Pilbeam B. *International Security Studies: Theory and Practice*, Taylor and Francis Group, Routledge, New York, 2015
81. Jarren O., Donges P., *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft* , Pariz, 2021
82. John B., James W., and Colin G., *Strategy in the Contemporary World*, fifth edition, Oxford University Press, UK, 2016
83. Jennifer L., Jason Healey *Cuber Security Guidance*, Wiley Publications, New Jersey, USA, 2012
84. Jerwis R., *Perception and Misperception in International Politics*, Princeton University Press, USA, 1976

85. Kawasaki G., *The Art of the Start*, Palitra L, Tbilisi, 2022
86. Kukhalashvili D. *Intelligence Activity Role in Foreign Policy Decision Making Process*, in Georgian, Caucasus International University (CIU), Georgia, Tbilisi, 2022
87. Kovach, B., & Rosenstiel, T. *The Elements of Journalism*. Three Rivers Press, NewKalsnes, B. (2018). *Fake News*. Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2014
88. Kellen K., Lerner J., Elul, Jacques *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, p. xiii. Trans. Vintage Books, New York, 1973
89. Klimburg A., (Ed.), *National Cyber Security Framework Manual*, NATO CCD COE Publication, Tallinn, 2012
90. Lind W. "Understanding Fourth Generation War" in the magazine "Military Review" September-October USA, 2004
91. Lind W., Nightengale K., Schmidt J, Sutton J. and Wilson G. *The Changing Face of War: Into the Fourth Generation*, Martine Corps Gazette, USA, 1998
92. Logan D., king J., fisher H., *Tribal Leadership*, rat, Tbilisi, Palitra L. 2021
93. Lucas E., "The New Cold War – Putin's Threat to Russia and the West", Bloomsbury, Great Britain, 2014
94. Lasconjarisas G., and Larsen J., *NATO's Response to Hybrid Threats*, NATO Defense College (NDC Forum Papers Series), Rome, Italy, 2015
95. Maisaia V., Kotrikadze M., Maisaia G., "COVID-19 Threat Geopolitics and Prerequisite for Information Warfare" Lugar Laboratory Case, Poland, 2022
96. Minix D., and Hawley S., *Global Politics*, West (Wadsworth and International Thomson Publishing Company), USA, 1998
97. Mieder W., Nolte A., *WAS SEIN MUSS, MUSS SEIN": ZUR POLITISCHEN SPRICHWORTRHETORIK OTTO VON BISMARCKS* "Proverbium. Yearbook of International Proverb Scholarship, Burlington, 2021
98. Maisaia V., and Magradze G., "Hybrid War and 21st Century International Security Problems", in Georgian, Publishing House "UNIVERSAL", Tbilisi, 2020
99. Maisaia V., and Guchua A., *NATO and Non-State Violent Actors – The Fourth War Generation Strategy and Its Regional and National Security Geopolitics*, Caucasus International University (CIU), Tbilisi, Georgia, in Georgian, 2020.
100. Maisaia V., *Georgia and It's COVID Strategy and Gender Policy*, SLP 2: Strategic Leadership and Global Security Challenges Course paper, Swedish Defense University, Stockholm, 2022.
101. Nye J., *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Book Publication, New-York, 1990
102. Maisaia V., „Grand Strategy and Military Implications of New Russia's Military Doctrine in the 21st Century: Geostrategic Aspects of Hybrid Warfare Strategy Against Georgia and Ukraine" published in Proceedings of International Scientific Conference „Strategies XXI", „Carol I" National Defense University, Ministry of Defense of Romania, Volume XVII, Bucharest, 2022
103. Michael Seehan *International Security: An Analytical Survey*, Lynne Reiner Publishers, USA, 2005
104. McCornack "Information manipulation theory", *Communication Monographs* 59, 1992

105. Nye J., "Soft Power: The Mission to Success in World Politics", Public Affairs, USA, 2004
106. Nye J., "Understanding International Conflicts", sixth edition, Pearson International Edition, New York, 2007
107. Nizharadze D., "The characteristics of the cultural impact on the communication process in the international firms", Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, 2018
108. National Framework for Strategic Communication, White House Strategic Communications report to Congress, Government Information Earl Gregg Swem Library, 2010
109. OSCE Code of Conduct on Politico-Military Aspects of Security, VII, 20 In Democratizing Security In the human security policy stipulates that national security threats foremost arise when the government and security institutions fail to protect the citizen's rights, and/or even treat them in a predatory manner. At the same time, developmental issues such as unemployment, nutrition problems, clean water and sanitation, become relevant for security. In: Human Security. Safety for People in a Changing World, Canadian Department of Foreign Affairs and International Trade, 1999
110. Ozen Y., and Inaltekin E., "Shifting Paradigm of War: Hybrid Warfare", Handbook, Turkish Army College, Istanbul, 2017
111. Paul, C., & Matthews, M. "The Russian 'Firehose of Falsehood' Propaganda Model. Why it works and options to counter it." Rand Corporation, 2016
112. Rogers D., "Champaigns that shook the world", Palitra L, 2016
113. Robert Ondrejcsak Introduction to Security Studies, Centre for European and North Atlantic Affairs (CENAA), Bratislava, 2014
114. Sheehan M., "International Security: An Analytical Survey", Lynne Rienner Publication, USA, 2005
115. Seital F.P. "The Practice of Public Relations", Publishing House "Plenum", New York, 1992
116. Stephen M., "International Relations", E-International Relations Publishing, Bristol, England, 2017
117. Shulman H.C. "The Voice of America: Propaganda and Democracy in 1941-45", Madison: University of Wisconsin Press, 1990
118. Toft A., "How to Weak Win Wars: A Theory of Asymmetric Conflict in International Security", Vol.26, UK, 2001
119. Weaver O., Quoted in "Insecurity, Security and A security in the West, European Non-War Community, in Emmanuel Adler and Michael, Barnett, eds., Security Communities, Cambridge: Cambridge University, Press, 1998
120. Zedelashvili T. "Digital Technology Century and Cybersecurity Modern International Political Challenges", Caucasus International University (CIU), Tbilisi, 2022
121. «Взаимосвязь понятий «антигосударственная пропаганда» и «информационная война», военно-теоретический журнал «Военная мысль» №1, МО РФ, Москва, 2018.
122. Дугин А. "Основы Геополитики: Геополитическое Будущее России, Арктогея, Москва, 1992;
123. Zedelashvili T., "Cyber War – A Modern Threat to National Security and A New Dimension of Political Conflict", PhD Dissertation Thesis in Georgian, defended at Caucasus International University (CIU), Tbilisi, Georgia, 2020
124. Ильф И., и Петров Е., «12 Стульев», издательство «Варгиус», Москва, 1998, страница
125. Одайник В. «Психология политики», Пер. С англ. – М: ЮБЕНТА, 1996

126. Ольшанский Д.В., «Политический PR», СПб: Питер, 2003
127. Ольшанский Д., и Пеньков В., «Политический консалтинг», ЗАО издательский дом «Питер», Москва, 2005
128. Матвейчев О.А., «Что такое политический консалтинг? Проблемы манипуляции», М: Ин-т учебника «Пайдейя», Москва, 1999
129. Поляков Л.В., «Основы политического консультирования: теория и практика», М: КДУ, Изд-во МГУ, Москва, 2004
130. Поченцов ГГ., Психологические войны, 4-е издание, Рефл-книга, Москва, 2008.
131. Ривиера А., Психология лжи. Как понять, что вам врут? Питер, 2012.
132. Соловьев А.И., «Политология – Политическая теория, политические технологии», издательство «Аспект-Пресс», Москва, 2000
133. Шеховцов Н.П., и Кулешов Ю.Е., «Информационное оружие: теория и практика применения в информационном противоборстве», «Вестник» АВН№1 (38), Москва, 2012.
134. Экман П., Психология лжи, Обмани меня если сможешь, Питер 2009.2001,1992,1995.

ონლაინ რესურსები

1. პირმისაშვილი ე., ონლაინ გამოცემა PRWEEK, 2006, იხილეთ დეტალურად: [«http://prweek.ge/news/265/ra-aris-sazogadoebasTan-urTierToba%28piari%29%3F%C2%A0%E2%80%93eldar-pirmisaSvil](http://prweek.ge/news/265/ra-aris-sazogadoebasTan-urTierToba%28piari%29%3F%C2%A0%E2%80%93eldar-pirmisaSvil), [ბ.5 08.20.2023]
2. «<https://www.ombudsman.ge/geo/saqartvelos-sakhalkho-damtsvelebi/uca-nanuashvili> [ბ.5 08.20.2023]
3. საინფორმაციო ომი «<https://geoarmada.wordpress.com>», [ბ.5 08.20.2023]
4. ნატოს კომუნიკაციის სტრატეგია რეგიონში, 2018, იხილეთ დეტალურად: [«https://gcsd.org.ge/ge/siakhle/natos-komunikatsiis-strategia-regionshi](https://gcsd.org.ge/ge/siakhle/natos-komunikatsiis-strategia-regionshi) », [ბ.5 08.20.2023]
5. საქართველოს მთავრობის დადგენილება: ევროკავშირისა და ნატოში საქართველოს გაწევრების კომუნიკაციის შესახებ საქართველოს მთავრობის სტრატეგიის 2017-2020 წლებისთვის დამტკიცების თაობაზე, 2017, იხილეთ დეტალურად: [«https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3650131?publication=0»](https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3650131?publication=0) [ბ.5 08.20.2023]
6. საქართველოს კანონი ინფორმაციული უსაფრთხოების შესახებ, 2012, იხილეთ დეტალურად: [«https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5263611?publication=0&fbclid=IwAR1CKIaFRv5hNXWqev2pVbQjRUQ-5amhZZ5BorufZ0od3nsLMFJf6tbzuol»](https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5263611?publication=0&fbclid=IwAR1CKIaFRv5hNXWqev2pVbQjRUQ-5amhZZ5BorufZ0od3nsLMFJf6tbzuol) [ბ.5 08.20.2023]
7. საქართველოს მთავრობის დადგენილება №482, საქართველოს კიბერუსაფრთხოების 2021 – 2024 წლების ეროვნული სტრატეგიისა და მისი სამოქმედო გეგმის დამტკიცების შესახებ, იხილეთ დეტალურად : [«https://mfa.gov.ge/national-security](https://mfa.gov.ge/national-security)

concept?fbclid=IwAR2p4NI8IxmYc_vGdJRtr5fYBeTgz8NwfHG8L2gwrYB9jOZdldtYqAWJI#mcetoc_1gn2cre9pip8», [ბ.წ 08.20.2023]

8. საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია «<https://idfi.ge/ge/politicians-communication-strategy>», [ბ.წ 08.20.2023]
9. პოლიტიკური სუბიექტების საკომუნიკაციო სტრატეგია, 2012, იხილეთ დეტალურად: https://mod.gov.ge/uploads/archive/documents/strategia_geo.pdf » , [ბ.წ 08.20.2023]
10. თავდაცვის სამინისტრო 2017-2020 «<https://strat.com.ge/%e1%83%9e%e1%83%a3%e1%83%91%e1%83%9a%e1%83%98%e1%83%99%e1%83%90%e1%83%aa%e1%83%98%e1%83%94%e1%83%91%e1%83%98/>», [ბ.წ 08.20.2023]
11. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს სტრატეგიული კომუნიკაციის დეპარტამენტის დებულების დამტკიცების შესახებ. ბრძანება №06/ნ, თბილისი, 2021 იხილეთ ვრცლად: «<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5132781?publication=0>», [ბ.წ 08.20.2023]
12. ჰაბერმასი ჯ., სტატია: ინფორმაციით მართვა და მანიპულაციური ტექნოლოგიები, იხილეთ ვრცლად: «<http://socium.ge/downloads/protosocteoria/habermasi-rideri.pdf>», [ბ.წ 08.20.2023]
13. სამთავრობო დაწესებულებების ელექტრონული კომუნიკაციის სტრატეგია, თბილისი, 2013, იხილეთ ვრცლად: «<https://idfi.ge/ge/-electronic-communication-strategy-of-governmental-institutions>» [ბ.წ 08.20.2023]
14. შინაგან საქმეთა სამინისტროს 2019-2020 წლების საკომუნიკაციო სტრატეგია, თბილისი, იხილეთ ვრცლად: «<https://police.ge/files/pdf/misia%20da%20strategia/%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%A3%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%9D%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%92%E1%83%98%E1%83%90-2019-2021>» pdf, [ბ.წ 08.20.2023]
15. სახალხო დამცველის აპარატის საკომუნიკაციო სტრატეგია, თბილისი, 2017, იხილეთ ვრცლად: «<https://www.ombudsman.ge/geo/190227080713informatsia-administratsiuli-organos-sakadro-uzrunvelkofis-shesakheb/sakhalkho-damtsvelis-aparatis-sakomunikatsio-strategia>» [ბ.წ 08.20.2023]
16. საქართველოს მთავრობის განკარგულება №765, ევროკავშირსა და ნატოში საქართველოს გაწევრების კომუნიკაციის შესახებ საქართველოს მთავრობის სტრატეგიის 2017-2020 წლებისთვის დამტკიცების თაობაზე თბილისი, 2017, იხილეთ ვრცლად: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/3650131?publication=0>, » [ბ.წ 08.20.2023]
17. «https://psyera.ru/ponyatie-i-sushchnost-politicheskogo-pr_8392.htm» [ბ.წ 08.20.2023]
18. ექსპერტ ზურა მხეიძის ბიოგრაფია «<https://gipa.ge/geo/lectors/show/428>» [ბ.წ 08.20.2023]
19. საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია, იხილეთ დეტალურად: <https://mod.gov.ge/uploads/2018/pdf/NSC-GEO.pdf>, [ბ.წ 08.20.2023]

20. ივანე მერაბიშვილი - ბრიფინგი ზურაბ ჟვანიას გარდაცვალების თემაზე, წყარო რადიო თავისუფლება, თბილისი, 2016, იხილეთ ვრცლად: https://www.palitravideo.ge/video/68272-rogor-amcno-merabishvilma-zhvanias-gardacvaleba-saqarthvelos-tragikuli-dghisqronika/?fbclid=IwAR1J4oB4SDgo1R3gGmvCQn2Zi2ZfM0NvU_8Ob0zSCv4jif7lqkAVkdbTsol, [ბ.5 08.20.2023]
21. საზოგადოებრივი არხის ბმული <https://www.youtube.com/watch?v=Y9ng1z43D0w> გამოქვეყნების თარიღი: 30.06.2022, [ბ.5 08.20.2023]
22. <http://prweek.ge/news/104/piaris-sawyisebi-cxel-CaisTan-erTd> [ბ.5 08.20.2023]
23. ალტ ინფო წყარო "ტია ჯი", იხილეთ ბმული: https://www.facebook.com/watch/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C&mibextid=2Rb1fB&v=590736728782422, თბილისი, გამოქვეყნების თარიღი: 16.04.2022, [ბ.5 08.20.2023]
24. აშშ-ს საელჩოს კლიბი - "ის რაც მიუღწეველი ჩანს ცალკე - შესაძლებელი ხდება ერთად! საქართველოს აერთიანებ შენ!" იხილეთ ვრცლად ბმულზე: <https://www.youtube.com/watch?v=lozqHz57hc0> თბილისი, 2022 [ბ.5 08.20.2023]
25. თიბისი ბანკის სარეკლამო კლიბი, „100 წელი საქართველოს პირველი დემოკრატიული რესპუბლიკის დაარსებიდან“, თბილისი, 2018, იხილეთ ვრცლად: https://www.facebook.com/tcbank/videos/10155505918611188/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C&mibextid=2Rb1fB&ref=sharing [ბ.5 08.20.2023]
26. სარეკლამო კლიბი, საქართველოს ბანკის პროპაგანდული კლიბი, "გილოცავთ საქართველოს დამოუკიდებლობის დღეს", თბილისი, 2018, https://www.facebook.com/BankOfGeorgia/videos/560865551285128/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-AN_GK0T-GK1C&mibextid=2Rb1fB [ბ.5 08.20.2023]
27. საჯარო გამოსვლის ვიდეო, "მე ვარ ქართველი და, მაშასადამე, ვარ ევროპელი!" <https://www.youtube.com/watch?v=QP83XGY7TZs>, [2014. 27.06]
28. <https://primetime.ge/news/omi-ukrainashi/ra-vitsit-anonymous-is-hakerul-dajgufebaze-chven-vart-legioni-chven-ar-vpatiobt-chven-ar-vivitsyebt-gvelodet> [L.S 22.02.2022]
29. ინფო 9 გამოქვეყნების თარიღი 17.10.2023, <https://info9.ge/politika/87052.html>, [ბ.5 08.20.2023]
30. საქართველოს ეროვნული უსაფრთხოების კონცეფცია, იხილეთ დეტალურად: <https://mod.gov.ge/uploads/2018/pdf/NSC-GEO.pdf> [ბ.5 08.20.2023]
31. <https://metronome.ge/story/397391> „ანონიმუსი“ რუსეთის მიერ უკრაინის ხელში ჩაგდების გეგმას აქვეყნებს [ბ.5 08.20.2023]
32. <https://mfa.gov.ge/Fetched>: 2020-06-27T20:38:35.303, [ბ.5 08.20.2023]
33. Url: <https://mfa.gov.ge/MainNav/ForeignPolicy/NationalSecurityConcept.aspx> [ბ.5 08.20.2023]

34. Kotrikadze M., article “First Ultramodern, Neuromarketing Research on Lying and Propaganda to Study Brain Impulses with Neurofeedback and Biofeedback Devices” Vol. 2 No. 6 (2023): INTERNATIONAL JOURNAL OF INCLUSIVE AND SUSTAINABLE EDUCATION [22.10.12], [L.S 08.20.2023]
- იხილეთ ბმულზე:
- «https://interpublishing.com/index.php/IJISE/article/view/121?fbclid=IwAR3bKwGEccg1MIg6hCNS5-OT3o3_PWYIMQY3KHmUuiczEgb_snxRONDmbjU» [ბ.6 08.20.2023]
35. European Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms, Article 10, https://www.echr.coe.int/Documents/Conventions_ENG.pdf » (accessed June 21, 2019), [L.S 08.20.2023]
36. Wardle C., «<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>» 2017, [L.S. 08.20.2023]
135. Global Knowledge Partnership on Migration and Development (KNOMAD). 2020. Remittances Data. «<https://www.knomad.org/data/remittances>;» [L.S 08.20.2023]
136. Social media stats Georgia. (Apr. 2018 – Apr. 2019). Statcounter. «<http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/georgia> » Facebook for Media. Working to stop misinformation and false news. (2017). <https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/working-to-stop-misinformation-and-false-news>, [L.S 08.20.2023]
37. “Rapid Gender Assessment of the COVID-19 Situation in Georgia” – see in detail: «<https://georgia.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/08/rapid-gender-assessment-of-the-covid-19-situation-in-georgia#view>», [L.S 08.20.2023]
38. «<http://georgiatoday.ge/news/20401/COVID-19-in-Georgia%3A-The-Legal-Issues-You-Need-to-Know> (accessed on 09 December 2022)», [L.S 08.20.2023]
39. «<https://prsuperstar.co.uk/difference-between-pr-and-advertising/>», [L.S 08.20.2023]
40. «<https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/pt/covidwho-1308004> (access on 19 April 2022), [L.S 08.20.2023]
41. «<https://www.stopfake.org/en/main/>» [L.S 08.20.2023]
42. Broman k., Samel A., Article “The anatomy of “fake news”: Studying false messages as digital objects” «https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/02683962211037693?fbclid=IwAR3bKwGEccg1MIg6hCNS5-OT3o3_PWYIMQY3KHmUuiczEgb_snxRONDmbjU#body-ref-bibr170-02683962211037693» [L.S 26.08.2021]
43. «<https://www.lawinsider.com/dictionary/political-consultant>» [L.S 08.20.2023]
44. BIOFEEDBACK IN MEDICAL PRACTICE, Article, Published online 2017 Jun 26 «<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5531784/>», [L.S 08.20.2023]
45. «<https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters>» [L.S 08.20.2023]
46. «https://psyera.ru/ponyatie-i-sushchnost-politicheskogo-pr_8392.htm» [ბ.6 08.20.2023]
47. «<https://prowly.com/magazine/what-is-public-relations-definition/>» [L.S 08.20.2023]

48. Kotrikadze M., article “The Candidate as a “Political Goods” and the Electorate as a “Potential Client”: The Role of Public Relation on Political Campaign” Indonesian Journal of Cultural and Community Development, [22.11.2022]
[«https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/869/1036?fbclid=IwAR33WLBSC22uFjaGupygZR5L8gK8Lpfvs8jg-MBarTbW3fSeHL-kj2gNstU»](https://ijccd.umsida.ac.id/index.php/ijccd/article/view/869/1036?fbclid=IwAR33WLBSC22uFjaGupygZR5L8gK8Lpfvs8jg-MBarTbW3fSeHL-kj2gNstU) [L.S 08.20.2023]
49. Mosquera P.,
[«https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.820?fbclid=IwAR18okIoUIwt82POvxzpOK8smoXSPZ2wKW_wx6eWaOoLIFknx_hu1aNIDtw»](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.820?fbclid=IwAR18okIoUIwt82POvxzpOK8smoXSPZ2wKW_wx6eWaOoLIFknx_hu1aNIDtw) "The centrality of social image in social psychology", Evropan Journal of social psychology [16.06.2011], [L.S 08.20.2023]
50. Joseph S. Nye., Chapter Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics – 4 - Wielding Soft Power pg 1-28, [L.S 08.20.2023]
51. Robertson. R.,
[«https://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft6000078s&chunk.id=d0e12130&toc.id=&brand=ucpress&fbclid=IwAR2JksRjLYeIAGPu5Ao5nUYx7WL6bmlvqL3pCQ9CJnxSp8Rn8iMdaAzwgdE»](https://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft6000078s&chunk.id=d0e12130&toc.id=&brand=ucpress&fbclid=IwAR2JksRjLYeIAGPu5Ao5nUYx7WL6bmlvqL3pCQ9CJnxSp8Rn8iMdaAzwgdE) Globality, Global Culture, and Images of World Order [L.S 08.20.2023]
52. Article, “A Brief History of Neurofeedback: When Was Neurofeedback Invented and What’s the Science Behind It“ [«https://www.myndlif.com/post/a-brief-history-of-neurofeedback-when-was-neurofeedback-invented?fbclid=IwAR1DwLjRYJOLON7Fr49M-bgBQ1-6uU-GcTtA0HP2r48_JDLMRrAMCwEk7VY#:~:text=Neurofeedback%20was%20invented%20in%20the,Barry%20Sterman%20at%20UCLA»](https://www.myndlif.com/post/a-brief-history-of-neurofeedback-when-was-neurofeedback-invented?fbclid=IwAR1DwLjRYJOLON7Fr49M-bgBQ1-6uU-GcTtA0HP2r48_JDLMRrAMCwEk7VY#:~:text=Neurofeedback%20was%20invented%20in%20the,Barry%20Sterman%20at%20UCLA) [2018.23.01], [L.S 08.20.2023]
53. «Гендиректор ТВ «Имеди» объявил миссией канала войну против «Главного канала» и ЕНД», лента новостей «Грузия-Online», 09.10.2020, 13:33, смотрите: [«https://www.apsny.ge/2020/soc/1602275636.php»](https://www.apsny.ge/2020/soc/1602275636.php) [п.п 08.20.2023]
54. Рауф Оруджев «Теневой правитель соседней страны покидает политику», 14 января 2021 года, «PressKlub», Республика Азербайджан, смотрите: [«https://pressklub.az/?p=74901&lang=ru&fbclid=IwAR2xDzJOrIdoYrQaHj0X55xn2oFV9PxBK9QBG7cABQImMO4EXGVfY-rSegA»](https://pressklub.az/?p=74901&lang=ru&fbclid=IwAR2xDzJOrIdoYrQaHj0X55xn2oFV9PxBK9QBG7cABQImMO4EXGVfY-rSegA) [п.п 08.20.2023]
55. «Рейтинг Грузии в Индексе свободы прессы 2020 г», civil.ge, 21.04.2020 – 19:16, смотрите детально: [«https://civil.ge/ru/archives/347933»](https://civil.ge/ru/archives/347933) [п.п 08.20.2023]
56. Эдита Бабасян «В Грузии представлена книга «Хартии журналистской этики», «Кавказский узел», 10 октября 2014 года, смотрите детально: [«https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/250523/»](https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/250523/) [п.п 08.20.2023]
57. Вепринцев В., Манойло А., Петренко.А., Фролов Д., Операции информационно-психологической войны [«https://www.psyoffice.ru/9316-17477.html?fbclid=IwAR0u2Qbgl46-37WvTPKhppBs54BVutdrlaxSD_A_WF1XlgYZ7XXEeFgWig,»](https://www.psyoffice.ru/9316-17477.html?fbclid=IwAR0u2Qbgl46-37WvTPKhppBs54BVutdrlaxSD_A_WF1XlgYZ7XXEeFgWig,») [п.п 08.20.2023]

58. Нестан Чарквиани «В Грузии задержали пятерых сообщников Ахмеда Чатаева», радио «Голос Америки», 26 декабря 2017 года, 17:38, смотрите детально: <https://www.golosameriki.com/a/georgia-terrorist-arrest/4179619.html> [п.п 08.20.2023]
59. Д. Гусев, О. Матвейчев, Р. Хазеев, С. Чернаков «Уши мащут ослом: Современное социальное программирование», Vakster Group, Пермь, 2002, стр.132, [п.п. 08.20.2023]
60. Лисовский С.Ф. «Политическая реклама», ИВЦ «Маркетинг», Москва, 2000 Electronic Sources: [п.п 08.20.2023]
51. Asymmetric Warfare: Definition, Tactics & Examples“ - <https://study.com/academy/lesson/asymmetric-warfare-definition-tactics-examples.html> 2»
62. Гендиректор ТВ «Имеди» объявил миссией канала войну против «Главного канала» и ЕНД», лента новстей «Грузия-Online», 09.10.2020, 13:33, смотрите: <https://www.apsny.ge/2020/soc/1602275636.php> [п.п. 08.20.2023]
63. «Грузинская мечта» сегодня проведет съезд для избрания нового председателя и политсовета партии», суббота 16 января 2021 года, 01:19, «Новости-Грузии» информационное агенство, смотреть: newsgeorgia.ge, [п.п 08.20.2023]
64. Георги Картвели «Медийное поле Грузии переформируется на фоне борьбы за «Рустави-2», 14 августа 2019 года, Dalma News, смотреть: <http://dalma.news/ru/midiynoe-pole-gruzii-pereformatiruetsya-na-fone-borbi-za-rustavi2/> » [п.п 08.20.2023]
65. Digital Repot, 10/13/2014, «Национальный ИКТ – профайл Грузии. Часть б: Информационная безопасность и защита информации», Digital Repot, 13.10.2014, смотрите детально: <https://digital.report/gruziya-informatsionnaya-bezopasnost/>» [п.п 08.20.2023]
66. <https://www.apsny.ge/2020/mil/1599173982.php> [п.п 08.20.2023]
67. «Хакерская атака на Минздрав Грузии – украдены документы по лаборатории Лугара» - ГрузияOnline, 03.09.2020, 15:59, смотрите детально: <https://www.apsny.ge/2020/mil/1599173982.php> [п.п 08.20.2023]
68. «Президент Грузии назвала кибератаку на лабораторию Лугара попыткой запугать Тбилиси», ИТАР-ТАСС, 4 сентября 2020 года, 16:26, смотрите детально: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/9374451>» [п.п 08.20.2023]
69. И. Плиев «Лаборатория Лугара – серьезная угроза безопасности всему Кавказу», РЕС, 07.11.2019, 21:44, смотрите детально: <http://cominf.org/node/1166526356>» [п.п 08.20.2023]
70. «Гендиректор ТВ «Имеди» объявил миссией канала войну против «Главного канала» и ЕНД», лента новстей Грузия-Online», 09.10.2020, 13:33, смотрите: <https://www.apsny.ge/2020/soc/1602275636>» [п.п 08.20.2023]
71. Грузинская мечта» сегодня проведет съезд для избрания нового председателя и политсовета партии», суббота 16 января 2021 года, 01:19, «Новости-Грузии» информационное агенство, смотреть: newsgeorgia.ge [п.п 08.20.2023]

72. Рауф Оруджев «Теневой правитель соседней страны покидает политику», 14 января 2021 года, «PressKlub», Республика Азербайджан, смотрите: <https://pressklub.az/?p=74901&lang=ru&fbclid=IwAR2xDzJOrIdoYrQaHj0X55xn20oFV9PхK9QBG7cABQImMO4EXGVfy-rSegA> [п.п 08.20.2023]
73. «Рейтинг Грузии в Индексе свободы прессы 2020 г», civil.ge, 21.04.2020 – 19:16, смотрите детально: <https://civil.ge/ru/archives/347933> [п.п 08.20.2023]
74. Гибридный режим – подразумевает, что в стране сочетаются элементы демократии с элементами авторитаризма, [п.п 08.20.2023]
75. «В Грузии – «гибридная демократия», грузинское информационное агенство, 2010 год, Тбилиси, смотрите детально: <http://ru.saqinform.ge/news/1903/v-gruzii-gibridna-demokratiA-.html>» [п.п 08.20.2023]
76. Ираклий Орагвелидзе «Гибридный режим как форма демократии», «Эхо Кавказа», 7 февраля, 2017 года, смотрите детально: <https://www.ekhokavkaza.com/a/29025697.html> [п.п 08.20.2023]
-

დანართები

დანართი 1

ჩაღრმავებული ინტერვიუს სკრიპტი - რესპონდენტი უჩა ნანუაშვილი თარიღი: 2 ივნისი 2022 კვლევისთვის გამოვკითხეთ ნეიტრალური თემის ექსპერტები რომლებსაც ჩვენთვის სამიზნე თემებში დიდი გამოცდილება აქვთ. მათ შორის, უჩა ნანუაშვილი დემოკრატიის კვლევის ინსტიტუტის დამფუძნებელი, რომელიც 2012-2017 წლებში იყო დაკავებული საქართველოს ომბუდსმენის პოზიციაზე, ასევე 2010 – 2012 წლებში იყო ადამიანის უფლებათა სახლი გამგეობის თავმჯდომარე, 2007 – 2012 წლებში ადამიანის უფლებათა ცენტრის დირექტორი, 2000 – 2001 წლებში ორგანიზაცია Amnesty International-ის თბილისის საინიციატივო ჯგუფის კოორდინატორი, 1998 – 1999 წლებში ჰელსინკის მოქალაქეთა ასამბლეა (HCA)-ის საქართველოს ეროვნული კომიტეტის ადამიანის უფლებათა ოფიცერი, 1996 – 2007 წლებში ადამიანის უფლებათა საინფორმაციო და სადოკუმენტაციო ცენტრში ეკავა სხვადასხვა პოზიციები და სხვა. [<https://www.ombudsman.ge/geo/saqartvelos-sakhalkho-damtsvelebi/ucha-nanuashvili>]

მაგდა კოტრიკაძე - ჩემთვის საინტერესოა თქვენი გამოცდილება, უპირველესად როგორც ადამიანის უფლებადამცველის სტატუსით გთხოვთ გაგვიზიაროთ როგორ ხედავთ საქართველოში ადამიანის უფლებების დაცვის სფეროს, რამდენად დაცულია ადამიანის უფლება და ნება?

უჩა ნანუაშვილი - მე ხუთი წლის განმავლობაში ვიყავი სახალხო დამცველად, თუმცა შემდეგი სახალხო დამცველი იქნება ექვსი წლით არჩეული ახალი კონსტიტუციის თანახმად. სახალხო დამცველი არის ყველაზე გახსნილი ორგანო. ყველა ინფორმაცია რომელიც გროვდება სხვადასხვა სტრუქტურაში და იქ ვერ გვარდება თავს იყრის რეალურად ინსტიტუტში და რეალურად იმის გამო რომ არის კონსტიტუციურად დამოუკიდებელი. მეტ-ნაკლებად დამოუკიდებელი, აბსოლუტურად დამოუკიდებელი არც ერთი ორგანო არ არის... მაგრამ მეტ-ნაკლებად. აქვს წვდომა აბსოლუტურად ყველა ინფორმაციაზე, მათ შორის დახურულ, გრიფით საიდუმლო და მკაცრად საიდუმლო ინფორმაციაზეც. იგივე

პენიტენციურ დაწესებულებებში, ფსიქიატრიულ დაწესებულებებში, სამხედრო ნაწილში სადაც შესვლა, ის კი არა, ჩვენი სამშვიდობო მისიის ვიზიტის კი... 2017 წელს ავღანეთში ნატოს სამხედრო ბაზაზე და იქაც რა თქმა იყო ცალკე დაშვება იყო. რის თქმა მინდა, რომ ინსტიტუტი არის ერთ-ერთი ყველაზე ღია ინსტიტუტი.

მაგდა კოტრიკაძე -თქვენთან შემომავალი ინფორმაციები გადაეცემოდა სხვადასხვა დეპარტამენტებს, იფილტრებოდა და შემდეგ მოდიოდა თქვენამდე თუ თქვენ ანაწილებდით? არსებობს გარკვეული ბლოკები რომლებიც გარკვეულ ბლოკებზეა პასუხისმგებელი?

უჩა ნანუაშვილი -ინფორმაცია შემოდის მოქალაქეებისგან და სახელმწიფო უწყებებიდან, ასევე ზოგიერთი მოკვლევა იწყებოდა სახალხო დამცველის უწყების მიერ. როდესაც დაინტერესებული იყო მედია, ან იყო საჯარო ინტერესი. აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა ქვეყნის ყველა სახალხო დამცველს არ აქვს უფლება რომ საკუთარი ინიციატივით დაიწყოს საქმის წარმოება და ეს იყო კანონის ძლიერი მხარე რომელსაც ჩვენ ვიყენებდით. კანონი არ შეცვლილა მას შემდეგ. განცხადებას ვიღებთ აბსოლუტურად ყველა საშუალებით, ელექტრონული ფოსტით, ინტერნეტით, წერილობით. დარღვევა უნდა მიმდინარეობდეს სახელმწიფო უწყებების მხრიდან. მაგდა კოტრიკაძე - პირიქით რომ მოხდეს ასე, როდესაც საჯარო მოხელე დააზარალა კერძო პირმა ან მაგალითად არასამთავრობო ორგანიზაციამ შეიძლება განიხილოს სახალხო დამცველმა? მინდა ჩაგეკითხოთ, იმის ფონზე როდესაც საქართველოში დემოკრატიაზე გააქტიურდა საუბარი ხშირ შემთხვევაში უდანაშაულობის პრეზუმფცია ირღვევა და ეს მართლდება დემოკრატიული პრინციპებით. ერთი მხრივ, ვიცავთ ერთ მხარე და მეორე მხრივ მეორე მხარე დაუცველი რჩება?

უჩა ნანუაშვილი -კი...

მაგდა კოტრიკაძე - ზოგჯერ როდესაც არასამთავრობოთა ჯგუფი ამბობს რომ ვიღაც დაუცველია ის რჩება საჯარო სამსახურებისგანაც დაუცველი, ასევე სახალხო დამცველისგანაც. ამ რგოლს არავინ იცავს, ეს ფიგურა ვინმემ უნდა დაიცვას? უჩა ნანუაშვილი -ეს პირველ რიგში სახელმწიფომ უნდა გააკეთოს! უშუალოდ

კონკრეტულმა ინსტიტუტმა. მაგდა კოტრიკაძე - ანუ ეს არის სახელმწიფო უწყების სუსტი რგოლი? უჩა ნანუაშვილი - კი არის? რადგან რაიმე მექანიზმი ცალკე არ არსებობს, მაგალითად არის რაღაც შიდა ინსპექციები მაგალითად შეიძლება დისციპლინური წარმოება დაიწყოს განსხვავებაა მაშინ როდესაც საუბარია კერძო პირის დაცვაზე სახელმწიფოს ზეწოლის მხრიდან.

მაგდა კოტრიკაძე - ანუ ამ პიროვნებამ, რომელიც არავისი არი არის, არც სახელმწიფოსი და არც არასამთავრობოსი ვის უნდა მიმართოს?

უჩა ნანუაშვილი - გააჩნია რა წარმოებაა, შეუძლია მიმართოს სასამართლოს, გააჩნია კონკრეტულ თემას. უნდა იყოს ეს მხარე გამოყენებული, სახალხო დამცველი და მართლმსაჯულების სისტემები აუცილებლად. 2014 წლიდან რაც ეს კანონი მიიღეს დისკრიმინაციის შესახებ, მას შემდეგ გაფართოვდა უწყების არეალი და მოქმედებს კერძო სექტორშიც, ოღონდ დისკრიმინაციის სავარაუდო ფაქტებზე.

მაგდა კოტრიკაძე - მედიის მხრიდან ხშირია ხოლმე მადისკრიმინირებელი სტატიები, მათ შორის სტატიები რომლებსაც ალბათ თქვენც წამწყდომიხართ რომელსაც არც ავტორი ჰყავს, მედიის მისამართიც არ არსებობს და ალბათ თქვენც იცით რა მედიებზე საუბარი... კონკრეტულად, სისტემურად მიემართება რომელიღაც სუბიექტს და ამ პიროვნების დისკრედიტირება ხდება და ამას ჩვენ სისტემატურად ვხედავთ და არ არის ილუზია. ხშირად ყოფილა, რომ გამოჩნდება ამა თუ იმ მედიაში ასეთი ფაქტი ვიცით რომ ეს ადამიანი უკვე განწირულია. ჰქონდა თუ არა სახალხო დამცველს რაიმე რეკომენდაცია ამ მიმართულებით? ხომ არ გექნებათ რაიმე სახის რჩევა? ფაქტობრივად მედიების ომია დღევანდელი არჩევნების რეალობა, იგებს ის ვინც იგებს მედია ომს!

უჩა ნანუაშვილი - ამაზე ძალიან ხშირად იყო საუბარიც, კონკრეტული რეკომენდაციებიც, იყოფოდა აზრი, თუ იქნებოდა რაღაც რეგულაციები, მათ შორის სანქციები მაშინ ამან შეიძლება უფრო გააუარესოს მდგომარეობა, ვიდაცის ხელში შეიძლება იყოს გამოყენებული როგორც ინსტრუმენტი რომ მოხდეს გადანგრევა... რაც ხდება იგივე..

მაგდა კოტრიკაძე - უკონტროლობა იწვევს ქაოსს, კონტროლი კიდეც სხვა პროცესს, წუთი არ შეიძლება ისეთი მექანიზმის შემუშავება რომელიც ბალანსში მოიყვანდა ამ პროცესებს? უჩა ნანუაშვილი - ერთი არის რომ თვითრეგულირების მექანიზმები არსებობდეს, რაც შეიძლება ითქვას რომ ჩანასახოვან მდგომარეობაში არსებობს, ეთიკის კოდექსი არის შექმნილი, მაუწყებლებს აქვთ საკუთარი *ოფციები*, მაგრამ იმდენად სუსტია და არასტაბილური რომ ფაქტობრივად გავლენა არ აქვთ ფაქტობრივად ან გავლენა აქვთ ძალიან მცირე ნაწილზე. დანარჩენ მასალებზე რაც ინტერნეტით ვრცელდება, მაგალითად ფეისბუქი ხშირად ბლოკავს თუკი დადასტურდა რომ არის ყალბი ინფორმაციის შემცველი, ან დეზინფორმაცია. ამაზე იყო ხშირად საუბარი და დაიბლოკა ხშირად უმეტესად რომელიღაც პარტიებს მიკუთვნებული. ალბათ ყველა უნდა ეცადოს რომ რამდენიმე კუთხით მოხდეს ამ საქმის მოგვარება, მაგალითად პროფესიონალიზმის განვითარება მედიის, მაგალითად ყველას ნამდვილად არ უნდა ერქვას ჟურნალისტი და მედია. ალბათ უნდა არსებობდეს რაღაც სტანდარტები. იმიტომ რომ დღეს ყველა არის ჟურნალისტი... რეალობაში ასე არ არის! მაგალითად იურისტი ვიცით ვინ არის, ფსიქოლოგი, რა უნდა გააკეთო, რა უნდა ისწავლო და რაღაც პერიოდის შემდეგ გაქვს შესაბამისი ლიცენზია. აქ ყველა... და საჭირო არის ამ ქაოსური სიტუაციიდან გამოსვლა, რომ ყველაფერს დაერქვას თავის სახელი, თუნდაც ისიც პრობლემაა რომ ბიზნესიც არ არის განვითარებული რომელიც დაუჭერს მხარს და განავითარებს მედიას. ნელა, მაგრამ რაღაც პროგრესი მაინც არის.

მაგდა კოტრიკაძე - მაინტერესებს თქვენი მოსაზრება ფეიკ ნიუსზე საქართველოში, ყოველ ცხელ თემაზე ვრცელდება ახალი ფეიკი, შემდეგ დეზინფორმაცია და პროპაგანდა. რამდენად მძლავრია საქართველოში?

უჩა ნანუაშვილი - რომ გავაგრძელოთ საუბარი როგორც არის პოლიტიკური სიტუაცია, სოციალ-ეკონომიკური, ძალიან ბევრი ფაქტორია ქვეყანაში ხელშემწყობი, პროპაგანდაც და ფეიკ ნიუსებიც არის ძალიან პოპულარული, იმიტომ რომ არის საკმაოდ კარგი ნიადაგი მისი გავრცელებისთვის. როცა კონკრეტულ პირებს აქვთ კონკრეტული სარგებლის ინტერესები. მაგდა

კოტრიკაძე - როდესაც თქვენ იყავით სახალხო დამცველი გქონიათ თუ არა ისეთი შემთხვევა რომ მნიშვნელოვანი თემის გადაფარვის მიზნით გავრცელებულა ფეიკ ნიუსი და გადაუფარია თემა? უჩა ნანუაშვილი - შეიძლება ითქვას, რომ ხშირად იყო ასეთი შემთხვევა, რომ იყო კონკრეტული, აქტუალური საკითხი და ვრცელდებოდა სრულიად არაადეკვატური ფეიკ ნიუსი და გადაუფარია მნიშვნელოვანი თემა. მაგდა კოტრიკაძე - მოვლენას უსწრებდა ფეიკ ნიუსი თუ პირიქით? უჩა ნანუაშვილი - უფრო მეტად პოსტ ფაქტუმ ხდებოდა ფეიკ ნიუსის გავრცელება. თუმცა იყო ასევე მანამდეც, მითუმეტეს როცა უკვე ცნობილი იყო რაღაც შემთხვევა, მაგალითად მოსალოდნელი იყო ანგარიშის გამოქვეყნება. ძირითადად მაინც პოსტფაქტუმ უფრო ხდება გადაფარვები. მაგდა კოტრიკაძე - კარგად დაგეგმილი ფეიკნიუსი მუშაობს წინმსწრებად, ჩვენთან რატომ აგვიანებენ? უჩა ნანუაშვილი - ჩვენთან არ არის არანაირი ჩვენთან რეალურად პრობლემა სხვა მიმართულებით არის რეალურად დაგეგმვა არაფრის არ ხდება, ხდება გამომდინარე მდგომარეობიდან, კონკრეტული გადაწყვეტილების მიღება. ქვეყანა ფაქტობრივად არის რეაგირების რეჟიმში. მათ შორის პოლიტიკოსებს, მათ შორის მაუწყებლებს, არსებობს ქალაქში სტრატეგიები რომლებიც გააჩნიათ მაინც ასე ხდება შემთხვევებიდან შემთხვევებამდე რეაგირება როდესაც აქტუალური ხდება კონკრეტული თემა. იმდენად არაპროგნოზირებადია ის გარემო რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, რომ შეიძლება რაღაც გარემოების გამო დაგვიანდეს თემის აქტუალიზება ამიტომაც ფეიკ ნიუსები შემდეგ ვრცელდება. მაგდა კოტრიკაძე - პროპაგანდას როგორი სახე აქვს საქართველოში წერტილოვანი თუ მასობრივი, დაუგეგმავი თუ დაგეგმილი?

უჩა ნანუაშვილი - სხვადასხვა შემთხვევები იყო, დაგეგმილიც, წერტილოვანიც იყო, მაგალითად ჩვიდმეტი მაისი, გასულ წელსაც იყო პრაიდის წინააღმდეგ. მაგდა კოტრიკაძე - თუმცა არის დღეები როდესაც ჩაივლის პროცესი მშვიდად თითქოს არც არსებობს და დღეები როდესაც განგაშია უჩა ნანუაშვილი - კი როდესაც პოლიტიკური ინტერესი არ არის! შეიძლება ვიღაცამ რაღაცა იზეიმოს ან აღნიშნოს მაგრამ ამას არ მოჰყვება ხოლმე ისეთი რეაქციამ რაც ზოგჯერ შეიძლება მოჰყვეს. ამას რა განაპირობებს ეს არის ყველაზე საინტერესო, რაღაც სიტუაცია რომელიც

ამას ხელს უწყობს შეიძლება ეს იყოს გარე ფაქტორებიც, საერთაშორისო ან მეზობელი სახელმწიფოს, მაგალითად რუსეთის ინტერესი რაც ამკარაა რაღაც ბმა და კავშირები არ არსებობს ნამდვილად, მაგრამ მეორეს მხრივ მართო ეს არ არის. მაგალითად როდესაც საარჩევნო წელია ან ერთი ან მეორე მხარის მხრიდან შეიძლება წამოვიდეს საარჩევნო თემა. საგარეო თემები, მაგალითად ასოცირების თემა, ვიზა ლიბერალიზაციის, ასეთ დროს აქტიურდება ხოლმე განსაკუთრებით პროპაგანდა. ასეთი ძალადობრივი ჯგუფები ადრეც ყოფილად, მაგრამ ჩანს რომ რეაგირება არ მოჰყოლია, რამდენიმე მონაწილე დააკავეს და მათ აიღეს პასუხისმგებლობა. ეს პასუხისმგებლობა მსუბუქი იყო. მაგდა კოტრიკაძე - თქვენი აზრით, როგორი ლიდერები მოსწონთ საქართველოში. კვლევები აჩვენებს რომ სიმშვიდე და სტაბილურობა სურთ, მაგრამ მეორეს მხრივ სიმპათიას ემოციურად დატვირთული, ქარიზმატული ადამიანები იწვევენ ჩემი აზრით თქვენი მოსაზრება როგორია ამ მხრივ? უჩა ნანუაშვილი - მაინც ალბათ ჩვენ ტრადიციული ტიპის ადამიანს ვირჩევთ. ქარიზმატული, ემოციური.... წყნარი, სტაბილური და რაციონალური ნაკლებად. თითქმის ყველას უმაღლესი ბარიერით ვირჩევდით, თუმცა ცოტა მაინც შევიცვალეთ. მაინც უფრო მოთხოვნა გვაქვს ქარიზმატულ ლიდერზე.

მაგდა კოტრიკაძე - როგორია დამოკიდებულება ქალ ლიდერებზე? უჩა ნანუაშვილი - ბოლო წლების განმავლობაში ბევრი ირჩევს ქალს, ქალ კანდიდატებსაც, მიდგომებიც შეიცვალა. პრეზიდენტად რომ ქალი ავირჩიეთ ამანაც თითქოს გარკვეული როლი იმუშავა, მაგრამ ის დამოუკიდებელი მაინც არ არის. პარტიების იდეოლოგიებიც არ არის ჩამოყალიბებული სათანადოდ. დადგება დრო როდესაც ავირჩევთ პოლიტიკური იდეების და შეხედულებები მიხედვით. მაგდა კოტრიკაძე - ადრე პოლიტიკოსები გადაინაცვლებდნენ ხოლმე დიპლომატიაში, ახლა ხშირია როდესაც ისინი მედიაში მიდიან რა იწვევს ამას?

უჩა ნანუაშვილი - კი ახლა დატიურად ძალიან ხშირია ჟურნალისტიკაში გადასვლა. ადრე უფრო დიპლომატიაში მიდიოდნენ და ქრებოდნენ ველიდან. მაგდა კოტრიკაძე - თქვენი აზრით რამდენი ტიპის ტყუილი არსებობს? რა ტიპის ტყუილს შეხვედრიხართ? უჩა ნანუაშვილი - ჩემი აზრით

ტყუილი არის ტყუილი! კი ამბობენ, რომ არსებობს ნახევრად ტყუილი, ნახევრად სიმართლე, მაგრამ ჩემთვის ტყუილი ტყუილია!

მაგდა კოტრიკაძე - არსებობს თუ არა შავი, ყვითელი პიარი, თუ ეთიკური და არაეთიკური? უჩა ნანუაშვილი - სამწუხაროდ არსებობს, მაგრამ პიარი ჩემი აზრით შეიძლება იყოს ეთიკური ან არაეთიკური. მაგდა კოტრიკაძე - თქვენ ყოფილხართ არაეთიკური პიარის მსხვერპლი და როგორ იცავდით თავს?

უჩა ნანუაშვილი - ძალიან ბევრჯერ, . როცა ადამიანს არ უნდა გაგება და აკვიტებული აზრი აქვს, კონკრეტული ინტერესი აქვს... ეს მოდიოდა საზოგადოებიდან ხელისუფლების გარკვეული წრეებიდანაც მათ შორის. **მაგდა კოტრიკაძე** - მათ შორის მედიასთანაც გქონიათ არაეთიკური ქმედებების გამოცდილება?

უჩა ნანუაშვილი - კი რა თქმა უნდა! კითხვებს არასოდეს არ უნდა გაექცე, შეიძლება ჩვეულებრივი ტრადიციული საშუალებები კი არა სხვა საშუალებებიც გამოიყენო რომ უფრო მეტად კონკრეტული ფაქტები გააცნო საზოგადოებას. ამ ნაწილში ყოველთვის სუსტი ვიყავი, უფრო რეაგირების რეჟიმში ვიყავი.

მაგდა კოტრიკაძე - შეგიძლიათ გაგვიზიაროთ, ყველაზე დიდი ცილისწამება რაც თქვენზე გავრცელდა?

უჩა ნანუაშვილი - ერთი შემთხვევის გავრცელება გამიჭირდება. მაგალითად ისიც წავიკითხე რომ ერთ-ერთ მინისტრთან მქონდა დაპირისპირება გამოიწვია იმან, რომ მანქანით დააჯარიმა ჩემი ოჯახის წევრი. 17 მაისს ლგბტ თემის აქციაზე მისვლის გამო გამომაცხადეს ლგბტ პირად, იყო ასეთიც რომ მოწმე გამხადეს. სადაც მივიდოდი ის მბრალდებოდა. იმიტომ, რომ ერთ დღეს ერთს იცავ, მეორე დღეს მეორეს და მესამე დღეს სხვას და ასე მუშაობ ყველა ჯგუფთან და ორგანიზაციასთან, მათ შორის უმცირესობებთან. მახსოვს რომ არჩევის დღეს ნაციონალური მოძრაობის მხრიდან უარყოფილი ვიყავი რადგან ოცნების კანდიდატი ვიყავი. პირველი წლის ანგარიში წინა ხელისუფლებას ეხებოდა და წინა წელი სრულად ნაციონალური მოძრაობის ციხის მოვლენებს ეხებოდა, ცხადია რომ ოპოზიციას ეს არ მოეწონა. შემდეგი წლის ანგარიში “ქართული ოცნების”

დარღვევებს მიეძღვნა და ესეც იყო განკითხვის საგანი. მე სულ ვამბობდი, როდესაც გროვდება ნეგატივი ინსტიტუტებში სადაც არ განიმუხტება. ორთქლი უნდა გამოუშვა, რომ სადღაც აქვე გამოსწორდეს, თუ არ გამოსწორდება შემდეგ უკვე ქუჩაში მიდის. გროვდება, გროვდება ეს პრობლემა და უფრო რთული ხდება მისი გადაწყვეტა. ამას მოსდევს რეალური პრობლემები და რევოლუციური სცენარები, როცა სახელმწიფოს თავის დროზე, თავის ადგილას არ მოუგვარებია რეალური პრობლემა. რატომ იყო რომ სასჯელაღსრულებაშიც გროვდებოდა ეს პრობლემები, შემდეგ კი პრაქტიკულად არ იყო, შემდეგ სხვა პრობლემები სხვა სტრუქტურებში წარმოიქმნა. ამის ახსნა მიწევდა მუდმივად, დღემდე არ ესმით! როდესაც უწყებას ვაკრიტიკებ კონკრეტულ პირს კი არ ვაკრიტიკებ, გლობალურ პრობლემაზეა საუბარი. იყო საკითხები, როდესაც არ გამისაჯაროებია ფაქტი, არადა იყო საკმაოდ მწვავე *ქეისი*, მქონია ჩვეულებრივი ოფიციალური მიმოწერა რომ ეს პრობლემა აღმომეფხვრა. არც გაგვიშვია მედიაში, რადგან ჩვენთვის მთავარი იყო ის მსხვერპლი, მისი პრობლემა და ბევრს ჰქონდა ის მოლოდინი რომ დღესვე, ხვალვე ამაზე იყოს საუბარი მედიაში, რომ ყველას ამაზე გაეგო. ...პირიქით ეს იქნებოდა ტრავმული! იმისათვის, რომ უფრო დეტალურად მეკვლია, რა მნიშვნელობა აქვს თანამედროვე საინფორმაციო- ფსიქოლოგიური ომში კიბერუსაფრთხოების როლს ჩაღრმავებული ინტერვიუ ნიკოლოზ გაგნიძესთან ჩავწერე, რომელიც “კიბერუსაფრთხოების ეროვნული ასოციაციის” თავმჯდომარეა. მას ამ სფეროში ხანგრძლივი მუშაობის გამოცდილება აქვს და პრაქტიკულად იმ ერთეული ადამიანების რიცხვშია, ვინც საქართველოში ამ ტიპის სისტემების მოწყობაში უშუალოდ იღებდა მონაწილეობას

დანართი 2

ჩაღრმავებული ინტერვიუს სკრიპტი - რესპონდენტი ნიკოლოზ გაგნიძე თარიღი: 1 ივნისი 2022

მაგდა კოტრიკაძე - რატომ გახდა საჭირო ამ ასოციაციის ჩამოყალიბება და როდის გაჩნდა ეს იდეა?

ნიკოლოზ გაგნიძე - სანამ ასოციაციას ჩამოვყალიბებდი ვმუშაობდი მონაცემთა გაცვლის სააგენტოში, რომელიც შემდგომში 2020 წელს გახდა ციფრული მმართველობის სააგენტო. ეს სააგენტო შეიქმნა 2010 წელს და მას შემდეგ დაიწყო მუშაობა კიბერუსაფრთხოების საკითხებზე. გამომდინარე ჩემი გამოცდილებიდან, რადგან ამ თემას ინტერესით ვუყურებდი ეს სააგენტო რომ დავტოვე გადავწყვიტე რომ გამეგრძელებინა იგივე საქმიანობა კერძო სექტორში, არასამთავრობო სექტორში, ზოგადად ცნობიერების ამაღლებაზე მუშაობს ასოციაცია და ვიცი რომ ძალიან მნიშვნელოვანია ქვეყნის მასშტაბით ამაზე საუბრობს როგორც სამთავრობო სექტორი ასევე კერძო სექტორი და მსოფლიოში ყველა. კვლევები ამ მიმართულებით საქართველოში არ ტარდება ეს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა ჩვენი ასოციაციისთვის. შარშან სექტემბერში გადავწყვიტე ამ მიმართულებით საქმიანობის გაგრძელება და დავაფუძნე ასოციაციაც. მაგდა კოტრიკაძე - კიბერუსაფრთხოება რომ ავხსნათ პროგრამირებას გულისხმობს, თუ ზოგადად ინფორმაციის მართვის ნაწილს?

ნიკოლოზ გაგნიძე - კიბერუსაფრთხოების თემა ორ ნაწილს შეიცავს ერთი არის ტექნიკური ნაწილი სადაც მოღვაწეობენ ტექნიკური განხრის ხალხი, რაც დაკავშირებულია კომპიუტერულ სისტემებთან, ინფრასტრუქტურასთან, პროგრამირებასთან, მათ შორის შეღწევადობა სხვადასხვა გვერდებზე და ასე შემდეგ, ინფრასტრუქტურის დაცვა გარეშე შემოტევებისგან.

მაგდა კოტრიკაძე - ანუ ის პირები, რომლებიც მექანიკურ დონეზე აჩერებენ პროცესს?

ნიკოლოზ გაგნიძე - ამ კუთხით არსებულ რისკებს ამცირებენ, თორემ ყველაფრის შეჩერება კიბერუსაფრთხოების კუთხით ას პროცენტის დაცულობა არ არსებობს. იმიტომ რომ ყოველწუთიერად, ყოველდღიურად ახალი ტიპის შეტევების მოფიქრება ხდება, სხვადასხვა აპარატურაზე ან სისტემებზე პოულობენ ხარვეზებს და იმ ხარვეზების მეშვეობით აღწევენ სხვადასხვა სისტემებში და ასე შემდეგ. ამიტომ ასპროცენტის დაცულობა არ არსებობს, თუმცა შესაძლებელია მაქსიმალურად დაიცვა შენი ინფრასტრუქტურა და ინფორმაცია სხვადასხვა კონტროლის მექანიზმების დანერგვით რაც ხელს უშლის სხვებს შემოღწევისაგან, ან ინფორმაციის მოპარვისაგან, ამ ტექნიკურმა მხარემ როგორ უნდა განახორციელოს თავის ქმედებები, ამას გარდა ადამიანის ქცევა როგორი უნდა იყოს კორპორაციაში, ორგანიზაციაში, ინფორმაცია ერთმა ადამიანმა ვის უნდა გაანდოს, ვის უნდა მისცეს, გასცეს, შეინახოს, არ უნდა შეინახოს ეს ხომ წესებს ექვემდებარება. ასევე არის სტანდარტების და დოკუმენტაციების მხარე, რომელიც აწესებს წესებს რომლის მიხედვითაც ხდება წესების და დავალებების შესრულება ტექნიკური ჯგუფის მიერ. პოლისის მხარე, მარტო აიტის და კომპიუტერების მიმართულების მხარეს არ უწესებს წესებს, უწესებს წესებს ყველა თანამშრომელს ორგანიზაციებში. იმიტომ რომ ინფორმაციული უსაფრთხოება და კიბერ უსაფრთხოება, ეს ორი ერთად განიხილება ხოლმე ეხება არა მხოლოდ ტექნიკურ ნაწილს, არამედ ქაღალდი რომ გაქვს მაგალითად დოკუმენტი, რომელიც შეიძლება იყოს კონფიდენციალური, ან შიდა სამსახურებრივი *მოხმარების*, ან მასზე წვდომის უფლება აქვს მხოლოდ შენ და კიდევ ორ თანამშრომელს, დანარჩენებს არ აქვთ. ინფორმაციის დაცულობას, ხელმისაწვდომობას და მთლიანობას არეგულირებს. ასევე დოკუმენტი არ წაიშალოს, არ დაიკარგოს, ცვლილება უნებართვოდ არავინ შეიტანოს.

მაგდა კოტრიკაძე - მაგალითად წაიშალა დოკუმენტი ეს არის თუ არა კიბერუსაფრთხოების თვალსაზრისით გადაცდომა? ნიკოლოზ გაგნიძე - უნდა არსებობდეს არქივირების პროცედურა, სანამ წაიშლებოდა მანამდე უნდა დაარქივდეს. რომელიც უზრუნველყოფს მნიშვნელოვანი დოკუმენტების პერიოდულ არქივაციას. უნდა გაიწეროს, როდის რა სიხშირით უნდა დაარქივდეს.

კანონში მსგავსი რეგულაცია, რომ ეს ქმედება დასჯადია არ წერია თუმცა კანონი არეგულირებს იმ ორგანიზაციის ქმედებებს, რომლებიც სახელმწიფოს მხრიდან შეფასებულია როგორც კრიტიკული ორგანიზაციები ქვეყნისთვის. ისეთ ორგანიზაციაში, რომ რამე მოხდეს და შეწყვიტოს მუშაობა, ან ხელმიუწვდომელი გახდეს ეს თუ გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკურ მდგომარეობაზე, საზოგადოებრივ წესრიგზე და უსაფრთხოებაზე ამ შემთხვევაში ეს ორგანიზაცია აღიქმება როგორც კრიტიკული და მასზე ვრცელდება კანონი ინფორმაციული უსაფრთხოების შესახებ. სადაც მოთხოვნები წერია და იმის კანონქვემდებარე აქტებიც არსებობს, რომლებიც დეტალურად არეგულირებენ ამ საკითხს.

მაგდა კოტრიკაძე - სამარ სიტუაციაში, კიბერუსაფრთხოების თვალსაზრისით შესაძლებელია ბაზებზე წვდომა ჰქონდეთ გარკვეულ კიბერ ჯგუფებს, მაგალითად უკრაინის ომთან მიმართებაში “*ანონიმუსის*” არსებობის შესახებ რა შეგიძლიათ თქვათ?

ნიკოლოზ გაგნიძე -ეს ყველაფერი არის მოპარული, ეს არის ჩვეულებრივი თაღლითების ჯგუფი, რომლებმაც თითქოსდა აზარალეს რუსეთის მხარე და უკრაინაში გაჩნდა სიმპათიები მათ მიმართ. თუმცა როგორც რუსეთის მხარე აზარალეს, ხვალ აზარალევენ ჩვეულებრივ ბანკს მაგალითად სხვა ორგანიზაციას.

მაგდა კოტრიკაძე - კიბერ უსაფრთხოების ნაწილში რომელ სტრუქტურებთან თანამშრომლობს წარმომადგენელი?

ნიკოლოზ გაგნიძე - უნდა დავყო კრიტიკულ და არაკრიტიკულ ორგანიზაციებად. კრიტიკულ ორგანიზაციებს კანონის მიხედვით ვალდებულება აქვთ, რომ აუდიტის ანგარიშები ინციდენტების შესახებ თავის ზედამხედველს და ზედამხედველობა კი განაწილებულია სფეროების მიხედვით. მაგალითად სახელმწიფო უწყებებს და კომუნიკაციის ორგანოებს ზედამხედველობს სუსის ოპერატიულ-ტექნიკური სააგენტო, ეროვნული ბანკი ზედამხედველობს ბანკებს და ასევე სავალდებულოდ იგზავნება ინფორმაცია ციფრული მმართველობის სააგენტოში, რომელიც თავის მხრივ ზედამხედველობს კერძო სექტორის ორგანიზაციებს. როგორებიც არიან სადაზღვევო კომპანიები,

ენერგო კომპანიები, ტრანსპორტის კომპანიები და როგორც ვიცი სულ მალე ჯანდაცვის სექტორის კომპანიებიც შევლენ ამ სიაში. და თავდაცვის სფეროს ზედამხედველობს კიბერუსაფრთხოების ბიურო, რომელიც არის თავდაცვის სამინისტროს სიპი. ეს ვალდებულება მათ აქვთ, მაგრამ სხვებს ასეთი ვალდებულება არა აქვთ. თუმცა სხვებსაც ჯობია ჰყავდეთ კიბერ უსაფრთხოების სპეციალისტები შეიძლება ამის ბიუჯეტი არ გააჩნდეთ და ეს მომსახურება იყიდონ კომპანიებისაგან რომლებიც ამას *აუთსორსზე* სთავაზობენ. მათ ჯობია რომ ერთმანეთთან იქონიო კავშირი და ინციდენტების შესახებ ინფორმაცია გაცვალონ ხოლმე გააზიარონ რადგან წარმატება კიბერუსაფრთხოების მიმართულებით თავდაცვის ნაწილში დიდწილად დამოკიდებულია ინფორმირებულობაზე და დროულად ინფორმაციის გაცვლაზე. თუ დროულად არ გაქვს ინფორმაცია, ჩათვალე რომ არ ხარ ეფექტური დაცვის კუთხით. როგორც კომპიუტერებამდე ცხოვრება იყო და რა მეთოდებიც ჰქონდათ აქაც იგივეა ყველაფერი მაგრამ აქ იყენებენ ოღონდ კომპიუტერის ჩართვით.

მაგდა კოტრიკაძე - მაგრამ უფრო მაღალ დონეზე ვიდრე ყოფით ცხოვრებაში? **ნიკოლოზ გაგნიძე** - იმიტომ ვფიქრობთ ასე რომ ინფორმაციულ ტექნოლოგიებზე მაღალი დონის ცოდნა არ გვაქვს. დონე მაღალია, რადგან ნასწავლი კრიმინალური სექტორია. ახალ თაღლითურ ქსელებს უნდა დაუხვედროთ თანამედროვე ტექნოლოგიები. მთავარია ქმედება კორპორაციულ დონეზე და ყველა თანამშრომლის ინდივიდუალური ქმედება, საშიშროება შესაძლოა მოდიოდეს 80% თავად თანამშრომლისგან. ინციდენტები ბევრწილად თანამშრომლების ბრალია, ეს შეიძლება იყოს გაუნათლებლობით, კიბერჰიგიენის არ ცოდნით, ის რაც უნდა გაითვალისწინო ინტერნეტში მუშაობისას, ფაილების შენახვისას. წესები უნდა გამოიყენო, წინააღმდეგ შემთხვევაში არასწორი ქმედება გამოიწვევს ინფორმაციის დაკარგვას, თაღლითების მიერ დაუფლებას და ასე შემდეგ.

მაგდა კოტრიკაძე - როგორ უნდა შეინახოს ადამიანი ინფორმაცია ისე რომ მას არ დაემუქროს საფრთხე?

ნიკოლოზ გაგნიძე - მაგალითად დრობოქსზე სადაც შეიძლება სივრცის შექმნა და ასლის დაარქივება, ის არის ქლაუდ სერვის მიმწოდებელი სადაც შეგიძლია შეინახო ინფორმაცია დაცულად და სანდოდ, ის რისი დაკარგვაც არ გინდა. მომსახურებები აქვს გუგლს, მაიქროსოფტს.

მაგდა კოტრიკაძე - უნდა ისწავლებოდეს თუ არა კიბერუსაფრთხოების კურსი სკოლაში?

ნიკოლოზ გაგნიძე - ჩვენ შექმნილი გვაქვს საპილოტე კურსიც რომლის დანერგვასაც ვაპირებთ კერძო სკოლებში. ეს ცოდნა 21-ე საუკუნე აუცილებელია და მინიმალური ინფორმაცია უკვე სკოლაში უნდა გააჩნდეს მოზარდს. პროპაგანდის მანქანის საჭესთან მაინც მედია მუშაკები დგანან, ამდენად საინტერესოა მათი მოსაზრება ამ თემაზე, ამდენად ჩაღრმავებული ინტერვიუ სწორედ ამ სფეროს წარმომადგენელთან გადავწყვიტე. ჟურნალისტური ეთიკისა და მისი მნიშვნელობის შესახებ ვესაუბრე მარინე გიგინეიშვილს, ჟურნალისტს, საქართველოს ჟურნალისტთა კავშირის თანათავმჯდომარეს 2017-2022 დღემდე საზოგადოებრივ- პოლიტიკური გაზეთი "დროს" გამომცემელსა და მთავარი რედაქტორს.

დანართი 3

ჩაღრმავებული ინტერვიუს სკრიპტი - რესპონდენტი მარინე გიგინეიშვილი თარიღი 07.06.2020

მაგდა კოტრიკაძე - როგორ ფიქრობთ, რა ტიპის ცრუ ინფორმაცია ვრცელდება საქართველოში?

პროპაგანდის რა ფაქტებს გაიხსენებდით და როგორ არ გახსოვთ რა გზებით ხდებოდა ინფორმაციის გავრცელება? მარინე გიგინეიშვილი - მედია, ზოგადად და მისი ნებისმიერი სახეობა ძირითადად, პროპაგანდისტულია. ეს გახდა მისი მთავარი დანიშნულება და ფუნქცია. საზოგადოება იმართება აღქმებით და არა ობიექტური რეალობით და ჟურნალისტები ემსახურებიან დამკვეთის ინტერესებს. მედია, როგორც ბიზნესის სახეობა და პოლიტიკის ნაწილი, ასეთია ვითარება დღეს

ინფორმაციის მიწოდების და მიღების გზები კი მრავალფეროვანია: ბეჭდური მედია, რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტ სივრცე. მაგდა კოტრიკაძე - ჟურნალისტიკის ეთიკა კონკრეტულად რა ტიპის ვალდებულებებს აკისრებს ჟურნალისტს და რა უნარებს უნდა ფლობდეს ის? მარინე გიგინეიშვილი - საქართველოს კონსტიტუცია ნებისმიერ პირს აძლევს უფლებას მიიღოს და განავრცოს ინფორმაცია. კანონი პრესის თავისუფლების შესახებ პუნქტობრივად ასახავს იმ უფლებებს და მოვალეობებს, რაც ამ სფეროში დასაქმებულ ადამიანებს გააჩნიათ... ჟურნალისტური ეთიკა ძირითადად ეფუძნება ევროპის საბჭოს "ადამიანის ძირითად უფლებათა და თავისუფლებათა ევროპული კონვენციის" მე-10 მუხლსა და "ჟურნალისტების საერთაშორისო ფედერაციის" მიერ აღიარებულ "ჟურნალისტების ქცევის პრინციპების დეკლარაციას", რომელიც პროფესიული ქცევის სტანდარტად დამკვიდრდა. მისი უპირველესი პრინციპია ის, რომ ჟურნალისტმა პატივი უნდა სცეს საზოგადოების უფლებას- მიიღოს სწორი ინფორმაცია. დაზუსტებულ ფაქტებზე დაყრდნობით, შელამაზებისა და დამახინჯების გარეშე. კეთილსინდისიერება, სამართლიანობა, ზნეობა და პროფესიონალიზმი უნდა იყოს ინფორმაციის მომპოვებელი და გამავრცელებელი პირის მორალური კრედიტო და მახასიათებლები.

მაგდა კოტრიკაძე - თქვენი აზრით, რა სახის ტყუილის ფორმები არსებობს?

მარინე გიგინეიშვილი - რონალდ რეიგანი ამბობდა: "არსებობს სამი ტიპის ტყუილი: უბრალოდ ტყუილი, დაწყევლილი ტყუილი და სტატისტიკა... "სამივე ვარიანტი უხვადაა გამოყენებული ქართულ მედიაში, ამიტომაც მისი სანდოობის კოეფიციენტი მკვეთრად დაბალია და დღითიდღე მინიმალიზება. მაგდა კოტრიკაძე - როგორ უნდა დავიცვათ თავი ცრუ ინფორმაციისგან? მარინე გიგინეიშვილი - ცრუ ინფორმაციისგან თავის დაცვის მთავარი საშუალება განათლების ამაღლებაა. ცოდნა, გამოცდილება, ინტელექტი ის შინაგანი ბარიერებია, როლებიც ფილტრავს საინფორმაციო სივრცეს... ფეიკები ძირითადად დაბალი და საშუალო დონის მომხმარებელზეა გათვლილი... დეზინფორმაცია და დამახინჯებული ფაქტები შეგნებულად ვრცელდება და მას, როგორც წესი კონკრეტული დამკვეთი, შემსრულებელი და სამიზნე ჯგუფი *ყავს*... მომხმარებელი

კარგად უნდა დააკვირდეს ვინ ავრცელებს *ნიუსს*, რამდენად ნაცნობია და სანდო წყარო...ყალბი ინფორმაციებით გადატვირთულ რეალობაში სწორი ორიენტირების პოვნა ძნელია, მაგრამ აუცილებელი, მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ რამდენი ზიანის მიყენება შეუძლია *ფეიკს*, როგორც ცალკეული პირებისათვის, ასევე მთელი საზოგადოებისათვის... პროპაგანდის

დანართი 4

ფსიქოლოგიური ასპექტების კვლევისთვის მივმართე ფსიქოლოგს, ლექტორს, აღმოსავლეთ ევროპის უნივერსიტეტის ასოცირებულ პროფესორს ბატონ ზურა მხეიძეს

ჩაღრმავებული ინტერვიუს *სკრიპტი* - რესპონდენტი ზურა მხეიძე თარიღი: 5 ივნისი 2022

მაგდა კოტრიკაძე - თქვენ დიდი წლების მანძილზე მუშაობდით პოლიტიკოსებთან და პოლიტიკურ პროცესებს ადევნებთ თვალყურს როგორც ფსიქოლოგი, დღეისათვის საომარი ვითარება მიმდინარეობს უკრაინაში და შეიძლება ითქვას, რომ მსოფლიო საომარ მდგომარეობაშია, რამდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს ამ ველში *ფეიკ ნიუსს* და პროპაგანდას?

ზურა მხეიძე - პროპაგანდა ინფორმაციის მიწოდების ერთ-ერთი საშუალებაა, ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს და მეტ მნიშვნელობას იძენს ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, სადაც 70-იანი წლებიდან საკომუნიკაციო არხების საშუალებით, შეიძლება ზემოქმედება უბრალო ადამიანებზე, ჯგუფზე და მათ შორის, ერებზე, ქვეყნებზე და ეს სერიოზულ გავლენად და სერიოზულ იარაღად ითვლება და ამიტომ ბრძოლა მასობრივი ინსტრუმენტების ჩასაგდებად, ამიტომ ამახელა თანხები იხარჯება გარკვეული საინფორმაციო საშუალებებისა და სივრცეების შესაძენად. რამხელა გავლენა კი არ აქვს, გადამწყვეტი გავლენა აქვს, მნიშვნელოვანი კი არ არის უმთავრესია. ომი ახსენეთ, და ომის პერიოდში თითქოს

უნდა გეცალოს საინფორმაციო არხების გადაკეპვისთვის?! წარმოიდგინეთ ომი როგორაა, იქიდან ყუმბარას გესვრიან, აქედან რაღაცას და შენ ამ დროს პირველი რასაც აკეთებ ერთმანეთს არხებს უკეტავ. იმიტომ, რომ ძალიან კარგად გესმის, რომ ეს გაცილებით ძლიერი იარაღია, ვიდრე ის ყუმბარა, ვინაიდან ის მოქმედებს მასაზე, მასას აკეთებინებს იმას ვინც დაგეგმა იმას რაც უნდა. ასე რომ, გავლენა ძალიან დიდი აქვს. თქვენ საუბრობდით, რომ რუსეთ-უკრაინის ომის დროს პირველი რაც გაკეთდა არხები გადაუკეტეს ერთმანეთს! ნებისმიერი ომის დროს იწყება ბევრი ტყუილი და საინფორმაციო ომი. ყველაზე ბევრი ტყუილი არის, როდესაც ქვეყნები ერთმანეთთან ომობენ, ორივე მხრიდან, ორივე ქვეყანა იტყუება და ქვეყანა ტყუილებია მოყვანილი, ადრე როდესაც ადვილი იყო, რადგან გადამოწმება რთული იყო ამ ტყუილის, ახლა შესაძლებლობები თითქოს მეტია და ძალიან თუ მოინდომებ შეიძლება რაღაც გადაამოწმო. ჩვეულებრივი ამბავია, რომ ორივე ქვეყანა რომელიც ომშია იტყუება! ომის გარეშე იტყუებიან თავის პოლიტიკის გასატარებლად. რაც შეეხება პროპაგანდას, პროპაგანდა არის ინსტრუმენტი ადამიანის ხელში .. არხების გადაკეპვის ერთ-ერთი გზა არის გააჩერო ოპონენტი, შეაჩერო რაღაც აზრი, გააჩინო რაღაცის მიმართ დადებითი და რაღაცის მიმართ უარყოფითი დამოკიდებულება, მთელი მექანიზმებია ჩართული. წარმატებული პროპაგანდა არის მეთოდი როცა გვინდა რომ ადამიანებმა ჯანსაღად იცხოვრონ, ჩვენ ვაჩვენებთ ვიღაცებს ვინც ვარჯიშობს, ვაკეთებთ დაწოლას, რომ ეს კარგია, ეს ცუდია, იგივე პატრიოტული მოტივაცია არის ჩვენს ქვეყანაში არა მგონია რომ ადამიანებმა გადაწყვიტონ ერთ დილას ადგნენ და ჯარში წავიდნენ მათი სურვილით, თუ მათ სურვილი არ გავუღვიძეთ, ყველა ვარიანტში სჭირდება პროპაგანდა. უბრალოდ ჩვენ აღვიქვამთ რომ პროპაგანდა ეს არის მხოლოდ ცუდი რამ! განმარტება პროპაგანდის რა არის? პროპაგანდა არის, როდესაც ალტერნატივას არ აძლევ, მეუბნები რომ ესე უნდა გავაკეთო! ეს არის! და ესენი როგორ ებრძვიან! ესენი უკეთებენ ბლოკირებას! როცა შენ უკეტავ ვიღაცას არხს, შენც პროპაგანდა გამოდიხარ! იმიტომ რომ შენც ალტერნატივას არ მაძლევ ხომ?!

მაგდა კოტრიკაძე - ანუ, ჩემი ნარატივია უარყო მეორე აზრი?

ზურა მხეიძე - არა, ჩემი ნარატივი არის გადავუკეტო და არ მივცე საშუალება იმოქმედოს საზოგადოებაზე თავისი არხებით და მართოს ზემოქმედება. ანუ მე თუ გადავკეტე ყველა საინფორმაციო საშუალება, გავლენა მე მაქვს, ამაზე სულ ბრძოლა მიდის! ასე რომ ... მაგდა კოტრიკაძე - მე რომ ვკეტავ სხვის არხს, ჩემს არხს შეიძლება ვუწოდო პროპაგანდის არხი? ზურა მხეიძე - თუ შენ არ აძლევ ადამიანს ალტერნატიული აზრის მოსმენის საშუალებას პროპაგანდაა! მაგდა კოტრიკაძე - ანუ დემოკრატიული აზრის ბლოკირებაც ასევე პროპაგანდაა? ზურა მხეიძე - რა მნიშვნელობა აქვს?! ვინ უნდა ამიკრძალოს მე ჩვეულებრივ ადამიანს ინფორმაციის მიღება?! სხვადასხვა წყაროებით ჩემი დასკვნის გამოტანა. ვილაცები ბედავენ და გეუბნებიან ის რაც მათ არ აწყობდათ ის არის პროპაგანდა და მე ვარ სწორი! მეორე მხარე იგივე ამტკიცებს. როცა შენ რაღაცას კეტავ, უკვე შენ ეწევი პროპაგანდას. აბა როგორ დამკვიდრდა, თუ ვინმეზე გვინდა ნეგატიური აზრი ვიქონიოთ თქვენ ხართ პროპაგანდის მსხვერპლი, ან ის ეწევა პროპაგანდა, ამავე დროს მეორე მხარე რასაც ეწევა იმას არ უყურებს პროპაგანდა. კიდევ ერთხელ ვამბობ პროპაგანდა ეს არის ინფორმაციის მიტანის მეთოდი, როგორც პიარი და რეკლამა. მეთოდის უარყოფა, მეთოდის სიცუდე გამოიხატება იმაში რომ საზოგადოების წრეებში ისეთი თემების წამოწევა რაც მისთვის მავნებელია, ქვეყნისთვის მავნებელია რა თქმა უნდა ცუდია, მაგრამ პროპაგანდას ბევრი დადებითი მხარე აქვს, მაგალითად მოწევის პროპაგანდა, ჯანსაღი ცხოვრების პროპაგანდა პროპაგანდა თავისთავად ცუდი და კარგი არის, მთავარია რომელ საკითხს წამოწევს წინ. ყოფითში არის ასე, რომ ერთი მხარე პროპაგანდას ეწევა და თითქოს შენ არ ეწევი და უარი ვთქვი. *პლიუს* არხის გადაკეტვა არის გარკვეულწილად სისუსტე თუ ის რაღაცაში გჯობია, მიდი და აჯობე, იმიტომ რომ არხის გადაკეტვა, მოსპობა ნიშნავს რომ წინააღმდეგობას უწევ კონცეპტუალურ დონეზე, უწევ. თუ მე გადავუკეტე არხი სხვას გავლენა სრულად ჩემია. მაგდა კოტრიკაძე - ეს იგივეა, მოდებატეს დებატებში პირი რომ აუკრა? დებატებში პირი რომ აუკრა და მერე თქვა ხომ მოგიგეო!

მაგდა კოტრიკაძე - შეიძლება პროპაგანდა განხორციელდეს ვიწრო ჯგუფებზე და ამართლებს თუ არა?

ზურა მხეიძე - პირველ კურსზე ფსიქოლოგიაზე რომ ჩააბაროთ ...კონფლიქტი რომ წარმოქმნათ ამისთვის ადამიანები უნდა გაყოთ. რომ თქვათ ლურჯმაისურიანები აქეთ და თეთრმაისურიანები აქეთ დარჩება მხოლოდ ერთი ნაბიჯი რომ ზუსტად ამ ნიშნის მიხედვით ეს ჯგუფები აჩხუბოთ. თუ მე ადამიანის უფლებებს ვიცავ და ეს ყველაფერი ამისთვის კეთდება არავის გამოყოფა არ იყო საჭირო. ნებისმიერი ჯგუფი ვინც კი არ უნდა იყოს მე მის უფლებებს დავიცავ! ასეთი ექსკლუზიური ჯგუფების გამოყოფამ აპრიორში გააჩინა წინააღმდეგობა და “ჭკვიანი იურისტების” გადაწყვეტილებაა, რომ მოწყვლადი ჯგუფები გამოეყოთ თუ ამაზე არავინ არ ფიქრობს, ამიხსენით, ადამიანი რომ დავიცვა რა მნიშვნელობა აქვს რომელი იქნება ... ყველაზე ვირიაგირებ, რაში მჭირდებოდა ამ ჯგუფების დაყოფა? თქვენ ახსენეთ გენდერი, გენდერი არის უფლებრივი საკითხები. მიუხედავად იმისა, რომ ტელევიზიები აშუქებენ უფლებრივ საკითხებს ძალიან წინ წავიწიეთ. ომი როგორ მიდის? ილუპებიან ქალები და ბავშვები! ვერ გავიგე კაცები რომ ილუპებიან ეს ჩვეულებრივი ამბავი გახდა? ერთის მხრივ ამბობენ, რომ თანაბარუფლებიანები არიან მეორეს მხრივ ინფორმაციის მიწოდების მხრივ რადგან იციან რომ ამაზე ადამიანი უფრო ირიაგირებს კაცი, ბავშვები და მოხუცები უფრო დაუცველები არიან, ითვლება ასე ხომ? თუ ქალი თანაბრად დგას მამაკაცთან ქალები რატომ იზღუდება? ტელევიზიები აჟღერებენ “შეწყდეს პლებესციდი!” “ციდი” არის გარკვეული ნიშნით ზემოქმედება, თუ ვიღაცამ ვიღაც მოკლა თუნდაც ეჭვიანობის გამო ეს “ციდი” არ არის! “ციდი” იქნება თუ ამ ადამიანმა დაინახა მეორე ადამიანი და მოკლა! მაგრამ ახლა სახელი დაარქვეს! რომ ვნახოთ, მკვლელობებიდან გამომდინარე მამაკაცები რამდენჯერ მეტია დაღუპული ვინმე გამოსულა და უთქვამს შეწყდეს “მასკულინოციდი”? არა ხო? ჰოდა, ასეთ არასწორ ლოგიკურ ბმებზე, არასწორ დასაბუთებებზე, ამ რაღაცეებით ვიღაცეები ატარებენ თავიანთ ინტერესებს. შენი პირადი ინტერესებით, შეიძლება პოლიტიკური ინტერესები იყოს, შეიძლება ფსიქოლოგიური პრობლემებიდან იყოს გამოწვეული, ძალიან ბევრი ასეთი სიტუაციაა რომელიც მოქმედებს ემოციურად, არის აზრს მოკლებულია, არის ეჭვის დონე სისულელეებიც ბევრი აქვს ადამიანს, რუსეთმა დააწერა ტანკებს ზეტი და ვე, ნახევარმა მსოფლიომ “ზ” და “ვ” ამოაგდო,

საქართველოში ზვიადს რა პრობლემა აქვს ხედავთ? ესე იგი რა ადვილად შეიძლება სიმბოლოებით მანიპულირება, რუსეთმა ერთი შვიდი-რვა ლათინური ასო რომ გამოიყენოს მერე რას ვშვრებით? ანბანი აღარ ექნებათ თუ რა? არა იცი რა დაიბრენდა, არა იცი “ზ” და “ზეტი” გახდა ბრენდი ... რეებზე რეაგირებს ხალხი, ახლა ეს პრაგმატულობაა “ზ” და “ვ”-ს ამოღება იმიტომ, რომ რუსეთმა გამოიყენა?

მაგდა კოტრიკაძე - რომ გადაავლოთ თვალი საქართველოს გავლილ გზას პროპაგანდამ განიცადა პროგრესი ან რეგრესი?

ზურა მხეიძე - მე შემიძლია ვთქვა, რომ სულ ვხედავ ულამაზოდ გაკეთებულ პროპაგანდის ელემენტებს, ზოგი რამ ლამაზად ხომ უნდა გააკეთო? სულ უგემოვნობაა ირგვლივ! გარკვეული ჯგუფი აწვება რაღაცას და მეორე დიდი ჯგუფი ეწინააღმდეგება ამ რაღაცას. უგემოვნებო გაკეთებული რაღაცეებია პროპაგანდის თვალსაზრისით! პროპაგანდის ერთ-ერთი ვარიანტი არის ჯარში მისვლა-მოსვლა და გაწვევა არის ხოლმე პროპაგანდის შედეგი. პროპაგანდა რომ სახელმწიფოს ნორმალური ჰქონდეს, არსებობენ რეგიონები რომლებსაც აწერიათ მაისურებზე რომ რუსეთი ოკუპანტია მაგალითად.... პატრიოტობა უნდა ისწავლოს ადამიანმა! ესე იგი როგორი პროპაგანდა გვაქვს ჩვენ იმის მიხედვით თუ ვნახავთ თუ რამდენია თავის არიდების ფაქტი ჯარში წასვლაზე, ესე იგი პროპაგანდა ძალიან სუსტია! ისიც რასაც ვუყურებ ისიც ძალიან უგემოვნებოა, ყოველმხრივ! რატომ არ გვარდება? ვინმეზე შეიძლება ეს ახდენს გავლენას! ვინმეზე რაღაცნაირად მოქმედებს! მაგდა კოტრიკაძე - პროპაგანდას უნდა გააჩნდეს გარკვეული სამიზნე აუდიტორია, კონკრეტული მიზანი, თუნდაც ჯარის ვარიანტში! მე უნდა მქონდეს მოტივაცია და არსებობდეს მიზანი და საკომუნიკაციო ჯაჭვი?

ზურა მხეიძე - ვიღაცამ უნდა დათვალოს რომ ქართველი რეაგირებს სტატუსზე, მერე მე დამჭირდება რომ სამხედრო პირი სტატუსიანია, მერე მე დამჭირდება სახელმწიფოს შეკვეთები ფირმებზე სადაც აღწერილი იქნება ჯარის ცხოვრება. მერე დამჭირდება გადაცემის გაკეთება, მერე დამჭირდება ახალგაზრდებთან ურთიერთობა რომ მისთვის არ იყოს უცხო რაღაცეები, დამჭირდება სკაუტების ბანაკი და სადაც არის წესები, ჯარის მოდელები, ბევრი ელემენტებით რაც

მოწესრიგებულ სტრუქტურებს ახასიათებთ.... ჯარს ვგულისხმობ. რამხელა დიდი რაღაცაა, ერთ-ერთი დიდი გეგმის ელემენტები, დაუფიქრებლად ამის ჩაშვება შეუძლებელია, ესე კეთდება... ისე კი არა რომ დღეს რაღაც გინდა გამოვარდები ტელევიზიით ყველა არხზე, გადავეცი და რა... კონცეპტუალური გეგმა უნდა შედგეს! უნდა მიიღო და რა შედეგებს ემსახურება! პიარზე როცა ვლაპარაკობთ, პიარი ხართ თქვენ და თითონ ხართ სპეციალისტი, არ შეიძლება იყოს დისკრეციული, ანუ პიარი მუდმივია. პიარი მუდმივია, არა თვალშისაცემი ისე როგორც რეკლამა, მაგრამ ფონურ რეჟიმში ეს მუდმივად უნდა იყოს. არ შეიძლება დაგეგმო ერთთვიანი პიარი. იმიტომ, რომ რეკლამაა, პროდუქტის შეჩეჩება! რაც შეეხება პიარს, ეს არის განწყობის შექმნა საზოგადოებაში და ეს ... რეალურად იყო კიდევ განწყობის შექმნა ან ორგანიზაციის, ან რაღაცის მიმართ საზოგადოებაში. ჩვენთან ახლა პიარი, შავი და ასე შემდეგ...

მაგდა კოტრიკაძე - თქვენ გაქვთ უამრავი კვლევა ტყუილზე და რამდენი სახის ტყუილს გამოყოფდით?

ზურა მხეიძე - ტყუილს აქვს ადაპტაციის ფუნქცია, ზესოციალური ადაპტაციის მექანიზმი აქვს. თუ ბავშვს ეშინია, რომ დაისჯება არაფრით არ მეტყვის რა ჩაიდინა იმიტომ რომ იცის რომ დაისჯება. შესაბამისად ის ადაპტირდება, იმ სიტუაციასთან და თავისთავს იცავს. ვექტორი ორია არ აქვს მნიშვნელობა სახელმწიფოა თუ ადამიანია, მე შევინარჩუნო ის პოზიცია რა პოზიციაზეც მანამდე ვიყავი მაგალითად შეხვედრაზე დავაგვიანე იმიტომ რომ ჩამეძინა, მაგრამ ვიტყვი რომ საცობში მოვყევი იმიტომ რომ “ჩამეძინა” რომ ვთქვათ შეიძლება შენ იმაზე ცუდად იფიქრო ჩემზე ვიდრე მანამდე ფიქრობდი. და ჩამთვალო რომ ვარ “უპასუხისმგებლო” მეორე ვარიანტია, მოვიპოვო მეტი ვიდრე მე მაქვს ... პირველ შემთხვევაში თუ ჩვენ მდგომარეობას ვუფრთხილდებით და რაღაცას ვიგუებ, რაც ისე ჟღერს“ არ იფიქრონ იმაზე ცუდად ვიდრე მანამდე ფიქრობდნენ” მეორე ვარიანტია, მოვიპოვო მეტი, მოგაჩვენო თავი, რომ უფრო კარგი ვარ ვიდრე შენ გგონია. თუ პირველ შემთხვევაში მინდა, რომ როგორც მიყურებ იმაზე დავტოვო ჩემი სტატუსი, მეორე შემთხვევაში მინდა გავზარდო, ეს არის ორი ვექტორი. პირველი ტიპის ტყუილს, ანუ “შევინარჩუნო ჩემი სტატუსი” ამას იტყუებიან,

ძალიან ბევრი იტყუება და თქვენც იცრუებთ, სახლშიც, სამსახურშიც მოიტყუებით, ეს არის რომ არ შეგხედო უფრო ცუდად ვიდრე მანამდე გიყურებდი. რაც შეეხება მეორე ვარიანტს ეს დამახასიათებელი გარკვეულ ასაკში არის, ახასიათებთ 12-14 წლის ბიჭებს, 14-15 წლის ბიჭებს, ისტორიები, ვიღაცებთან ურთიერთობის თავგადასავლები, იმიტომ რომ ისინი ცდილობენ სხვების თვალში სტატუსი აწიონ. ასე რომ ეს საპანიკო არ არის ამ ასაკში, თუ რაღაცას მოიტყუები, მერე უკვე 30 რომ ხარ, 28 რომ ხარ და 35-ის და კიდევ 50-ის და კიდევ აქ იტყუები სტატუსის ასაწევად.... ეს უკვე რაღაც ისე არ არის... ტყუილი შემოქმედებითი პროცესია, მართალს შემოქმედება არ სჭირდება! მართალი რა არის, დავინახე და ის ვთქვი, ტყუილი უნდა შეთხზა. ზოგადად თუ ტყუილის დეფინიციას მივყვებით ტყუილი არის რეალობის შეცვლა, ან უფრო ლამაზად წარმოჩენა მაშინ ძალიან ბევრ ტყუილში ისედაც ვართ. მაკიაჟი, ტყუილის წარმოჩენაა, სუნამო, რეალობის სხვანაირად წარმოჩენა. რამდენი რაღაცაა რეალობის სხვანაირად წარმოჩენა. დამოკიდებულება ტყუილის მიმართ ცუდი არის მაშინ როდესაც ტყუილებში რომ ჩავიხედე როდესაც ადამიანი იტყუება რომ სხვას ზიანი მიაყენოს. მაგრამ თუ ის იტყუება რომ უნდა რომ უფრო ლამაზად გამოჩნდეს ეს არ არის დანაშაული. მაგდა კოტრიკაძე - არსებობს თუ არა განუზრახული და განუზრახველი ტყუილი? ზურა მხეიძე - გასულ დღეს მოვიფიქრე თუ ამ წუთას რა მნიშვნელობა აქვს? არ არსებობს განუზრახველი ტყუილი. ზოგჯერ ტყუილს თუ შევაფასებთ შეიძლება მორალურიც აღმოჩნდეს ვიდრე არა. იმიტომ რომ მე მოგატყუე იმიტომ რომ მეთქვა სიმართლე გეტკინებოდა. რომელი უფრო კარგი იქნებოდა, მეთქვა სიმართლე და ძალიან გტკენოდა, თუ არ მეთქვა სიმართლე და გწყენოდა. არიან ისეთი ტიპები, რომლებიც ამბობენ რომ უნდა უთხრა სიმართლე. მომყავს ხოლმე მაგალითად, არიან ცოლ-ქმარი და უთხარი ადამიანს რომ შენი ცოლი გღალატობს! მით უფრო როცა მართლა *ყავს!* შედეგი იცი რა დადგება? გეტყვის- არა! შედეგი არის რომ ლაპარაკობ და იმით ხარ კმაყოფილი, რომ მე ხომ სიმართლე ვთქვი? ადამიანები ლაპარაკობენ თავის სურვილებს! ანუ სურვილი რაც მაქვს ამას ვაჟღერებ. უნდა განსაზღვრო რა მოჰყვება ამას. თუ მისი ნათქვამის მარე ადამიანებმა ერთმანეთი დახოცეს, ან ომი დაიწყო, ან რაღაცა მოხდა, ესე

იგი *პასუხიმგებლობა* არ გაქვს! ძალიან საინტერესოა ადამიანის დამოკიდებულება ზუსტად კომუნიკაციის პროცესში. ამას ამართლებს ხოლმე აზრის გამოხატვის უფლებით, ამართლებს “მე რა უბრალოდ ვთქვი”, მე ხომ არაფერი არ გამიკეთებია რა მოუვიდათ, ვუთხარი სიმართლე და რა ვქნა?, მსგავსთან მერე რომ შედეგი ტრიალებს ამაზე *პასუხიმგებლობას* გაურბის, მაგალითად მე თუ გავარტყი ვილაცას და მას ეტკინა ამაზე *პასუხიმგებლობა* მაქვს, მაგრამ თუ მე ვუთხარი და ის რაღაცა ცუდი მოხდა ამაზე *პასუხიმგებლობა* რატომ არა მაქვს?

მაგდა კოტრიკაძე - სიტყვა უნდა იყოს თუ არა დასჯადი? სიტყვა რომელიც იწვევს გულის შეტევას, სიტყვა რომელიც იწვევს ინფარქტამდე მიყვანას?

ზურა მხეიძე - ვილაცა რომ გამოგეკიდოს და ადრენალინის ინექცია გაგიკეთოს დაიჭერენ, მაგრამ თუ სიტყვით გაგაბრაზა ეს ადამიანი არ ისჯება, სისხლში კორტიზოლი მოგემატა, ცუდად გახდი, ამაზე *პასუხიმგებლობას* ვერ ვხედავ, იარაღის გამოყენების დროს ვხედავ! მაგდა კოტრიკაძე - სიტყვა არის იარაღი ბატონო ზურა?

ზურა მხეიძე - აბა რა არის! ვადარებ იარაღს, იმიტომ რომ სერიოზული ზიანი შეუძლია მიაყენოს ადამიანს და ვადარებ ხოლმე იმიტომ, რომ თუ იარაღის ტარების უფლებაზე ვამოწმებ ადამიანს ნორმალური არის, თუ არა გამოდის რომ სიტყვის თქმის უფლებაზეც უნდა გასინჯო. იმიტომ რომ საზიზღრობები შეუძლია ადამიანს აკეთოს, აი თვითმკვლელობამდე მიყვანა როგორ ხდება? აი მერე მუხლი *როა* ხოლმე?

მაგდა კოტრიკაძე - როგორ ლიდერს ირჩევენ საქართველოში, როგორი ფსიქოლოგიური არჩევანი აქვს?

ზურა მხეიძე - ლიდერი უნდა უყვარდეთ ეს არის კრიტერიუმი იმისა, რომ მიიღონ და ეს არის ზუსტად შეცდომა. უნდა აირჩიო საქმის გამკეთებელი, არ არის აუცილებელი გიყვარდეს, მცდარი წარმოდგენა აქვთ! ვინც გვიყვარს, ის უთუოდ გაართმევს თავს! ამიტომ სიყვარული არაფერ კავშირში არ არის ..

მაგდა კოტრიკაძე - გვინდა რომ ოჯახის წევრად მივიღოთ ლიდერი?

ზურა მხეიძე - არ მიაჩნიათ შეძლებს ან არ შეძლებს! მიყვარს არ „მიყვარს“-ზე გადის არჩევა-მოწონება! თუ მიყვარხარ - ყველაფერი შეგიძლია! თუ არ მიყვარხარ- არაფერი გამოგივა! ადამიანი თუ მართლა რაღაცას წარმოადგენს, ვიღაცეები არც მხარს დაგიჭერენ, არც ხმას მოგცემენ, ცუდაც ილაპარაკებენ, რატომ ილაპარაკებენ, იმიტომ რომ წამყვანი თემაა შური, ძირითადი წამყვანი თემაა ასევე ორიგინალურობა, სხვას თუ მოსწონს, მე არ მომწონს და ამით ვარ გამოჩენილი მაგალითად: დოსტოევსკი სუსტი მწერალია! გალაკტიონის ლექსები არ მიყვარს! დიდია წინააღმდეგობა და ამით ვჩანვარ! იმიტომ გამოდის რომ 95 და 98 პროცენტი როდესაც ხმას მაძლევს თითონ კანდიდატისთვისაა სახიფათო, ამდენი თუ გაძლევს ხმას უნდა მიხვდე, რომ ასეთ რადიკალურ დამოკიდებულებას ტოტალური რეაქცია ექნება ცოტა ხანში. მაგდა კოტრიკაძე - როგორ შეცვლიდით ინფორმაციის გავრცელების სისტემას საქართველოში? კვლევამ აჩვენა რომ უმრავლესობას სურს ინფორმაცია მოისმინოს პირველი პირისგან, რა რეკომენდაცია გექნებოდათ ამ თემასთან დაკავშირებით? ზურა მხეიძე - სპიკერი თუ წარმოადგენს თავიდან ბოლომდე პირველ პირს მე არ მჭირდება პირველი პირის დანახვა! იმ პირველ პირს ათასი საქმე აქვს! ყველაზე დალაგებული სამინისტრო მგონია რომ არის იუსტიციის, რადგან მინისტრთან შეხვედრა არ გჭირდება წარა-მარა, ქვედა რგოლში გვარდება ყველაფერი. თუ ვერ გვარდება, უმოკლესი გზა არის პირველი პირი. რატომ უნდა გამოვიდეს მაინცდამაინც პირველი პირი, ეს კიდევ ჟურნალისტების მოთხოვნაა, რადგან პირველ პირს თუ ჩაწერს პროდიუსერი ქულას უწერს, ამაზე დარბიან და ნადირობენ.

დანართი 5

ნიკა ჩიტაძე ექსპერტი 29.03.2023 1.

რაში მდგომარეობს პოლიტიკური კრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან?

პირველ რიგში, რაც შეეხება პოლიტიკურ პიარს, აქ შეიძლება ითქვას, რომ მისი ძირითადი მიზანი არის, კონკრეტულ პოლიტიკურ მოღვაწეზე, ან კონკრეტულ პოლიტიკურ პარტიაზე, თუ მოძრაობაზე საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება და ასევე, აქ შესაძლებელია ითქვას რომ არსებობს პიარის ორი ძირითადი მიმართულება თეთრი პიარი და შავი პიარი. თეთრი პიარის ძირითადი მიზანი არის კონკრეტული პოლიტიკური პარტიის საარჩევნო პროგრამის წარდგენა, მისი გაცნობა, ასე შემდეგ და ასე შემდეგ.. მაგალითისთვის პიარ ტექნოლოგიები განსაკუთრებით ამოქმედდება ხოლმე წინასაარჩევნო კამპანიების ფარგლებში და შავ პიარს რაც შეეხება აქ ძირითადი მიზანი არის კონკურენტი პოლიტიკური პარტიის, ან პოლიტიკური ლიდერის რეპუტაციის შელახვა, ამისთვის გამოყენებულია, შავი პიარი მატ შორის: კომპრომატები, ჭორი და სხვა მეთოდები. დღევანდელი სამეცნიერო-ევოლუციური ტექნიკის პირობებში, საინფორმაციო ომის პირობებში, პიარი ძალიან დიდ როლს ასრულებს. შესაძლებელია საზოგადოებასთან კომუნიკაციის დამყარება, როგორც უშუალოდ შეხვედრებით, პირისპირ ასევე სოციალური ქსელების მეშვეობით, თუნდაც სხვადასხვა პოსტების გავრცელებით.

2. რა როლი ენიჭება კრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას?

ძალიან დიდი როლი ენიჭება, რადგან ძალიან დიდი ადგილი ეთმობა სხვადასხვა ფაქტორებს, მაგალითად როდესაც პოლიტიკური ლიდერი გამოდის ასპარეზზე, მის ქარიზმის უნარს, ქარიზმა - ბერძნული ტერმინია და პირდაპირი თარგმნით ნიშნავს „ღვთისგან ბოძებულს“ აქ მნიშვნელოვანია, რომ საზოგადოებამ დაინახოს ლიდერი კონკრეტულ ადამიანში, რომელსაც გააჩნია

კონკრეტული ორატორული თვისებები, ასევე რომელიც არის მებრძოლი, ასევე ადამიანი რომელიც შეიძლება იყოს სახელმწიფოებრივად მოაზროვნე, როგორც უინსტონ ჩერჩილი საუბრობდა პოლიტიკოსის ორ ძირითად ტიპზე: არიან პოლიტიკოსები რომლებიც ფიქრობენ მომავალ არჩევნებზე, მაგრამ არიან სახელმწიფო მოღვაწეები, რომლებიც ფიქრობენ მომავალ თაობაზე, ამიტომაც მნიშვნელოვანია ამომრჩეველმა უფრო მეტად სახელმწიფო მოღვაწე დაინახოს კონკრეტულ პოლიტიკურ ლიდერში, ვიდრე მხოლოდ და მხოლოდ პოლიტიკოსი. იქიდან გამომდინარე, რომ ლიდერი წარმოჩნდეს დადებითად იმიტომაც არის რომ პიარ ტექნოლოგიების გამოყენებას ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პოლიტიკური საქმიანობის პროცესში. ამიტომაც არის, რომ იგივე კვალიფიციური პიარ ტექნოლოგიების დეფიციტი არსებობს. სხვადასხვა პოლიტიკური პარტიები, თუ ლიდერები კონკრეტულ პიარ ტექნოლოგიებს ქირაობენ იმ მიზნით რომ მაგალითად პიარ ტექნოლოგიებმა პოლიტიკურ ლიდერს გაუზიარონ შთაბეჭდილება თუ რა როდის უნდა თქვას ადამიანმა, რომელ ამომრჩეველთან, ამომრჩევლის კონკრეტულ სეგმენტთან, რაზე შეიძლება გამახვილდეს ყურადღება, ასევე ყურადღება ექცევა ჩაცმულობას, ცალკე დარგია პიარ ტექნოლოგიის იმიჯოლოგია. როგორ უნდა ჩაიცვას მაგალითად, სამეცნიერო კონფერენციაზე, როგორ უნდა ეცვას დიპლომატიურ მიღებაზე და როგორ უნდა ეცვას ამომრჩეველთან. ანუ ჩაცმულობა, ორატორული თვისებები, ასევე მნიშვნელობა ენიჭება ხშირ შემთხვევაში ოჯახს, ხშირად ბევრი პოლიტიკური ლიდერი ცდილობს რომ ოჯახის ან საკუთარი ცხოველის წინ იპოზიოროს კამერებთან. წარმოაჩინოს რომ არის კარგი მეოჯახე, გულკეთილი ადამიანი, უყვარს ცხოველები და რა თქმა უნდა პოლიტიკურ ლიდერს უდიდესი როლი ეკისრება, თუმცა უფრო დიდი როლი პოლიტიკურ ლიდერს ეკისრება იმ ქვეყნებში სადაც მოსახლეობის პოლიტიკური კულტურა შედარებით დაბალია. დემოკრატიულ ქვეყნებში, მხოლოდ პოლიტიკურ ლიდერს არ ენიჭება ყურადღება, მის გუნდსაც ექცევა ყურადღება.

3. რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში?

4. აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი?

პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგიას რაც შეეხება სამწუხაროდ, სახელისუფლებო პარტიის კომუნიკაცია მოსახლეობასთან შავი პიარის გამოყენებით ხორციელდება. ოპოზიციის დისკრედიტაცია არის პირველი მიზანი. ან ხშირ შემთხვევაში ცრუ დაპირებები, როგორც ადგილი ჰქონდა 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების დროს, ეს პრობლემაა... მეორე მხრივ ოპოზიციის კომუნიკაცია ხშირად მოსახლეობასთან ხშირად შემოიფარგლება ხელისუფლების კრიტიკით და იგრძნობა დეფიციტი იმისა თუ რა ალტერნატივა შეიძლება შესთავაზოს ოპოზიციამ მოსახლეობას. თუმცა კომუნიკაცია როგორც ასეთი მოსახლეობასთან არსებობს თუმცა ის არასწორად გამოიყენება ხელისუფლების მხრიდან.

5. რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში?

მე ასე მგონია, რომ დღევანდელ დღეს კომუნიკაცია რომელსაც ხელისუფლება ამყარებს საზოგადოებასთან, კომუნიკაციის აღნიშნული ტიპი, მეთოდები საქართველოს ეროვნულ უსაფრთხოებაზე დადებითად ვერ აისახება. ხშირ შემთხვევაში ხდება ოპონენტების წინააღმდეგ შავი პიარის აგორება, რაც არ უწყობს ხელს ერის კონსოლიდაციას და აღრმავებს კონფრონტაციას მმართველ პარტიას, მის მომხრეებსა და ოპოზიციურ პარტიებსა და მის მომხრეებს შორის. საერთო ჯამში ბუნებრივია, როდესაც ერი არ არის კონსოლიდირებული აღნიშნული ნეგატიურად აისახება ეროვნულ უსაფრთხოებაზე. ქვეყნის საგარეო ურთიერთობების პრიორიტეტებზე, როგორც ასეთი. ბუნებრივია, ერში კონსოლიდაციის არ არსებობა ასუსტებს სახელმწიფო ინსტიტუტებს, ნეგატიურად მოქმედებს საზოგადოების ცნობიერებაზე, საერთო ჯამში ნეგატიურად აისახება სახელმწიფოს ეროვნულ ინტერესებზე. ჩემის აზრით, აუცილებელია, ჯანსაღი კონკურენციის არსებობა, ამისთვის უნდა არსებობდნენ ქვეყანაში ჯანსაღი პოლიტიკური ძალები, როგორც სახელმწიფო ინსტიტუტების, ასევე ოპოზიციური სპექტრის მხრიდან. რომლებიც პირველ რიგში, ამ შემთხვევაში

მოსახლეობასთან კომუნიკაციას დაამყარებდნენ შემდეგნაირად, აი მაგალითად ჯანსაღ კონკურენციაში რას ვგულისხმობ: იმართება სატელევიზიო დებატები, კონკრეტულ თემატურ საკითხზე, მაგალითად როგორ უნდა დაუახლოვდეს საქართველო ევროკავშირს, ყველას თავისი პოზიცია უნდა გააჩნდეს და დებატების ფარგლებში ყოველგვარი ურთიერთშეურაცემო ფელი განცხადებების გარეშე, შესაძლებელია მოსახლეობას მიაწვდინო შენი ხმა და გაუზიარო შენი პოზიცია, ერთის მხრივ ხელისუფლებამ მეორეს მხრივ ოპოზიციამ. მაგალითად მეორე დებატებში, მონაწილეობა მიიღონ როგორ უნდა განვითარდეს საქართველოში ენერჯეტიკა? ორივე მხარე გამოთქვამს აზრს, და მსჯელობები, ღია დებატები და ღია კომუნიკაცია. პაექრობა და არა დაპირისპირება, პარტნიორობა, პირველ რიგში მიზანი ორივე მხრიდან უნდა იყოს საზოგადოებას გააგებინონ მაგალითად რა არის ქვეყნის ეკონომიური პრიორიტეტები, სოციალური, შიდა პოლიტიკური, საგარეო პოლიტიკური და ა.შ შესაბამისი სპეციალისტები უნდა იყვნენ ვინც ამ დებატებს გამართავენ და პლუს მოსახლეობასთან შეხვედრების დროს, საუბრები უნდა იყოს აგებული მომავალზე, რას შესთავაზებს კონკრეტული ერთი პოლიტიკური პარტია, ამომრჩეველს, კონკრეტული პარტიის გამარჯვების შემდეგ და რას შესთავაზებს მეორე პარტია იქნება ეს სახელისუფლებლო, თუ ოპოზიციური. მოსახლეობამ უნდა იცოდეს, რა ელოდება მას, თუ ესა თუ ის პოლიტიკური პარტია მოდის ხელისუფლების სათავეში და ამ შემთხვევაში უნდა მიიღოს მისი არჩევანი. მოსახლეობამ და პოლიტიკურმა პარტიამ უნდა იმოქმედოს ინდივიდუალურად, არავის არ უნდა ჰქონდეს უფლება, ზემოქმედება მოახდინოს მეორე ადამიანზე, „მიეცი ხმა ამა და ამ პოლიტიკურ პარტიას, ან კონკრეტულ მაჟორიტარს“ იმიტომ რომ ჩემი ახლობელია, ან იმიტომ რომ მე ვუჭერ მხარს და მე მეცი პატივი. ცოტა იდეალისტურად გამომდის, მაგრამ რა უნდა იყოს ამისთვის საჭიროა რომ ჯანსაღი პოლიტიკური გარემო უნდა იყოს ქვეყანაში, ამისთვის კი საჭიროა პოლიტიკური ელიტა იყოს ჯანსაღი. რაც შეეხება ცვლილებებს იმისათვის რომ ჯანსაღი კონკურენცია არსებობდეს, უნდა მიმდინარეობდეს ორივე მხრიდან, როგორც ქვემოდან ზევით, ასევე ზემოდან ქვევით. პარტიებმა და პოლიტიკურმა ელიტამ უნდა მისცეს მაგალითი მოსახლეობას, მაგრამ მოსახლეობა უნდა იყოს

კანონმორჩილი და მომთხოვნი კიდეც პოლიტიკური პარტიების მიმართ და მომსმენი კიდეც.

დანართი 6

სპეციალური საგამოძიებო სამსახურის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი ანუკი წიკლაური

1. რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? პოლიტიკური პიარის არსი ძალიან ღრმა არ არის, განსაკუთრებით კი ჩვენს ქვეყანაში სადაც ძალიან პოლარიზებული პოლიტიკური სიტუაციაა და არ არის მარტივი პოლიტიკური პიარის კეთება. მე გარკვეული პერიოდი მომიწია მემუშავა პოლიტიკურ პიარში. არსი მდგომარეობს იმაში, რომ საზოგადოებამდე ზუსტად მიიტანო ის აქცენტები და *მესიჯები*, რაც გინდა რომ გაიგოს და არ მოატყუო შენი საზოგადოება. ასევე, ძალიან მნიშვნელოვანია იმ დადებითი ტენდენციების შესახებ, ზოგადად ქვეყნისთვის სასიკეთო საქმეების შესახებ მაქსიმალურად დაწვრილებით მიიტანო ინფორმაცია საზოგადოების ყველა წარმომადგენლისთვის მასზე მორგებული მესიჯბოქსით. ყველა ფენას თავის ენაზე უნდა ელაპარაკო! ძალიან დიდია პიარ სპეციალისტების როლი უსაფრთხოების საკითხებში, იმიტომ რომ თითოეული ჩვენი გაჟღერებული სიტყვა, თითოეული *რელიზი*, როგორ არის არსებითი მნიშვნელობა აქვს. მე ძალოვან უწყებას წარმოვადგენ, აქ კიდეც უფრო მეტად გვმართებს დაფიქრება თითოეულ სიტყვაზე, რომ რაიმე სახის ზიანი არ მივაყენოთ უსაფრთხოების საკითხებს. ჩვენ ვართ ხიდი საზოგადოებასა და ქვეყანას შორის რომელიც აწვდის ინფორმაციას სწორად და არ არღვევს უსაფრთხოების ნორმებს.

2. რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? ფიქრობ რომ ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებაში პიარს ვფიქრობ 80% ენიჭება. ის განსაზღვრავს იმ ძირითად აქცენტებს როგორ უნდა მოხდეს ლიდერის ფორმირება, რა გზა უნდა აირჩეს, უფრო ქვემოდან დავიწყებული არქეტიპებიდან დაყოფით

დავიწყებდი, სანამ ლიდერის ფორმულირების პროცესს შევუდგებოდი მე პირადად როგორც პიარ სპეციალისტი ასე სიღრმისეულად ვუყურებ ამ საკითხს, რომ მართლა არქექტიპიდან დავიწყებდი მის ფორმირებას.

3. რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? გააჩნია პროპაგანდასაც და გააჩნია პოლიტიკურ გადაწყვეტილებას. თუ ეს ძალიან პრინციპული თემაა და ისევ ქვეყნის უსაფრთხოებას ეხება არ უნდა შეეხოს არანაირი პროპაგანდა უშუალოდ გადაწყვეტილებას. მაგრამ, როგორც წესი აზრის ფორმულირებაზე და განწყობაზე პროპაგანდა ძალიან დიდ როლს თამაშობს.

4. აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი? ამ დოკუმენტს არ ვიცნობ და არც დაწვრილებით ვიცი, თუმცა ვფიქრობ სტრატეგიული განვითარების გეგმა აუცილებლად ექნება. თუმცა ვფიქრობ არ არის ეს დოკუმენტი ხელმისაწვდომი და მართებულიც არის რომ არ არის.

5. რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? მე როგორც ერთი პიარ სპეციალისტი ამ საკითხს ვუყურებ ასე, რომ ეს არ არის ის დოკუმენტი რომელიც ფართოდ უნდა ჩაიშალოს საზოგადოებაში. ამ დოკუმენტს არ სჭირდება ბევრი საუბარი, ეს ქმედებებში გამოისახება ალბათ. რაღაც დოზით პიარმა უნდა მიაწოდოს საზოგადოებას ინფორმაცია, თუნდაც ის რომ ასეთი დოკუმენტი არსებობს და ქვეყანას გააჩნია სტრატეგია. მაგრამ ჩაშლილად, ყოველდღიურ რეჟიმში, ვფიქრობ არ არის ვალდებულება და საჭიროება. რაც ძალოვან უწყებაში დავიწყე მუშაობა სულ სხვანაირი პრინციპით ვუყურებ პიარს, ჩემი პრინციპია რაც ამ სფეროში დავსაქმდი მაქსიმალურად გამჭვირვალე ვიყო. უსწრაფესი რეაგირება მქონდეს, მაგრამ ძალოვანი უწყება შედარებით კიდევ უფრო ახლოს არის უსაფრთხოების თემებთან და ალბათ იქ უფრო გამწვავებით არის ეს პრობლემები, სხვანაირ აზროვნებას გაყალიბებს და შენც როგორც პიარ სპეციალისტი, რომელიც ორიენტირებული ხარ სწრაფ გავრცელებაზე სხვანაირად უყურებ რა ზიანი შეიძლება მიადგეს თუნდაც საზოგადოებას ამ ინფორმაციის

სწრაფი გავრცელებით. მე ინფორმაციის გავრცელების ტემპს დიდ მნიშვნელობას ვანიჭებ. ვინც პიარის სტრატეგიის პიარზე მუშაობს ალბათ მათაც აქვთ რაღაც განსაკუთრებული მოსაზრება რა დოზით და რა ინტენსივობით უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია საზოგადოებას ამ დოკუმენტის თაობაზე. იმიტომ რომ თვითონ სიტყვა უსაფრთხოება, უკვე პანიკას და შიშს იწვევს, ჩვენს საზოგადოებაში ისინი მიდიან, ნეგატიურისკენ რაღაც პრობლემა გამოიკვეთა და გვჭირდება უსაფრთხო გარემოს შექმნა. ვფიქრობ ძალიან საფრთხილოა ყველა მესიჯი და არის ძალიან სკურპულოზური სამუშაო. უნდა გაიარონ ფსიქოლოგებთან ერთად თითოეული სიტყვა როგორ უნდა იყოს კომუნიკაციაში გატანილი რადგან სიტყვა უსაფრთხოება ასოცირდება გლობალურ პრობლემასთან, თან ამ პერიოდში როდესაც რუსეთ უკრაინის ომი ასეთ მწვავე ფაზაშია და ფაქტობრივად სტრესის ფონზე გვიწვეს ცხოვრება უკვე მერამდენე წელია გარემოდან გამომდინარე. უფრო და დავწვრილმანდებოდი და ბევრ ადამიანთან გავივლიდი, როგორც პიარ სტრატეგიული დოკუმენტის შექმნის პროცესსაც და ალბათ უფრო მეტ ფოკუს ჯგუფს ვკითხავდი რა დოზით სურთ მიიღონ ინფორმაცია, რადგან არის კატეგორია რომელსაც საერთოდ არ უნდა მიიღოს ინფორმაცია, ისევ მათი სიმშვიდიდან გამომდინარე. ასევე არის ისეთი აქტიური საზოგადოება, მოაზროვნე ნაწილი, ვინც ჩართულია პოლიტიკურ პროცესებში, გარე პოლიტიკურ პროცესებშიც გათვითცნობიერებულია, ეცნობა მიმდინარე სიახლეებს მათთვის ალბათ სხვა მესიჯბოქსს შევიმუშავებდი და სხვა სტრატეგიას შევიმუშავებდი. დავყოფდი სამიზნე აუდიტორიებად კომუნიკაციიდან გამომდინარე.

დანართი 7

თამარ ჟვანია - საქართველოს ცესკოს ყოფილი თავმჯდომარე 1.რაში მდგომარეობს პოლიტიკური კრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? ჩემი აზრით, პოლიტიკური კრ-ის მთავარი არსი არის საზოგადოებაში პოლიტიკური აზრის და საზოგადოების

პოლიტიკური პრ შინაარსით გულისხმობს თემების, საკითხების ისეთ წარმოჩენას, რომლებიც იქცევა საზოგადოების ყურადღებას, იწვევს განსაკუთრებულ ინტერესს და ამავდროულად ისინი თანხვედრაშია პოლიტიკურ ინტერესთან, რაც შედეგად უნდა იწვევდეს პოლიტიკურ მოთამაშის პოზიციონირების გაძლიერებას და რეპუტაციის ზრდას. პოლიტიკური პრ ყველა იმ ძირითადი კომპონენტისაგან შედგება, რაც ზოგადად დამახასიათებელია პრ-თვის, როგორცაა: ზუსტი სტრატეგიის და მიზნის განსაზღვრა, სამიზნე აუდიტორიის ჩამოყალიბება, მესიჯის შემუშავება, კომუნიკაციის საშუალების შერჩევა. ამავდროულად მნიშვნელოვანია მედიასთან კარგი ურთიერთობების ჩამოყალიბება, პოზიციონირების იმგვარი ტექნიკა, რომელიც საზოგადოებისთვის იქნება მისაღები და დადებითი. ასევე, მნიშვნელოვანია საზოგადოების განწყობებისა და მოლოდინების შესწავლა, მოსალოდნელი კრიზისებისათვის მზადყოფნა, მათი მართვა და მხარდამჭერების ჩართვა ზოგადად პრ-ის პროცესში. რაც შეეხება პოლიტიკური პრ-ის კავშირს ქვეყნის უსაფრთხოებასთან, აღნიშნულ თემაზე ზუსტი მოსაზრების წარმოდგენა გამიჭირდება; თუმცა, სავარაუდოდ, ქვეყნის უსაფრთხოების საკითხი, როგორც თემა და პროგრამა, შეიძლება წარმოადგენდეს პოლიტიკური პრ-ის კონკრეტულ მიმართულებას, რომელიც შემუშავდება მოსალოდნელი გარე და შიდა საფრთხეების ანალიზის საფუძველზე და მიმართული იქნება საზოგადოებრივი აზრის იმგვარად ჩამოყალიბებაზე, რომელიც გარანტირებულად დაუჭერს მხარს პოლიტიკური მოთამაშის მიერ ქვეყნის უსაფრთხოების გარანტირების უზრუნველსაყოფად გადადგმულ ნაბიჯებს.

2.რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? პოლიტიკური პრ-ს ძირითადი წარმმართველი არის პოლიტიკური ლიდერი; შესაბამისად, ლიდერის პოლიტიკის ფორმირება პირდაპირ კავშირშია იმ სტრატეგიასა და მიზნებთან, რაც ზოგადად ხორციელდება პრ-ის მეშვეობით. პრ უზრუნველყოფს პოლიტიკური ლიდერის პოზიციონირებას, მის საზოგადოებასთან კავშირს და ურთიერთობას,

ძირითადი გზავნილების გაჟღერებას და ამავდროულად პოლიტიკური რეპუტაციის შექმნასა და შენარჩუნებას.

3.რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? პროპაგანდა ზოგადად გამოიყენება საზოგადოების წინააღმდეგობის შესამცირებლად, მათი სავარაუდოდ პროტესტის თავიდან ასარიდებლად. თუ საზოგადოებაზე პროპაგანდის ზეგავლენა დიდია, მაშინ მათი რეზისტენტულობა იკლებს. შესაბამისად, თუ პოლიტიკური მიზანია იმგვარი გადაწყვეტილების მიღება, რომელიც ხალხში პოპულარობით არ სარგებლობს და არ აქვს საზოგადოების მხარდაჭერა, გამოიყენება პროპაგანდა ამგვარი პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების რეალიზაციისთვის.

4.აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი? სიღრმისეულად არ ვარ ჩართული და ვერ ვეცნობი საქართველოს პოლიტიკურ ცხოვრებასა და პროცესებს. თუმცა იმ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, რასაც ვიღებ მედიიდან ან სოციალური ქსელებიდან, იკვეთება, რომ საქართველოს აქვს გამოკვეთილი პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია, რომელიც პირდაპირ და უმთავრესად უკავშირდება ქვეყნის უსაფრთხოების თემას. დამატებით, საქართველოს პოლიტიკური სტრატეგიის მიმართულებებია ეკონომიკური განვითარება/გამლიერების საკითხები, ევროინტეგრაცია და უკეთესი საერთაშორისო პოზიციონირება და ა. შ. ყველა აღნიშნული თემა ამავდროულად ემსახურება პოლიტიკური პრ-ის იმ მიზანს, რომელიც კონკრეტული პოლიტიკური გუნდის იმიჯის/პოზიციონირების ზრდაა. ამავდროულად, შიდა წინააღმდეგობრივი და არსებული პოლიტიკურად პოლარიზებული გარემოდან გამომდინარე, ზოგიერთი პოლიტიკური სტრატეგიის განხორციელებას გარკვეულწილად ახლავს პროპაგანდის ელემენტები.

5. რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? პოლიტიკური სტრატეგიის როლი არის უმნიშვნელოვანესი ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში. ხაზგასასმელია, რომ თანამედროვე მსოფლიოს პოლიტიკურ ლანდშაფტში ვერცერთი სტრატეგია ვერ ჩაითვლება

სრულყოფილ გარანტიად არსებული გამოწვევებისა და პრაქტიკების გათვალისწინებით. აღნიშნულის მიუხედავად, ამგვარი სტრატეგია მაქსიმალურად ხელშემწყობია ქვეყნის უსაფრთხოებისთვის და დიდ წილად ამცირებს მოსალოდნელ რისკებს.

დანართი 8

კობა ნარჩემაშვილი - შინაგან საქმე სამინისტროს ყოფილი მინისტრი და საქართველოს პარლამენტის ყოფილი პარლამენტარი 1.რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? კომუნიკაციების, განსაკუთრებით მასობრივი კომუნიკაციების განვითარებამ გაცილებით აქტუალური გახადა, დააჩქარა პროცესები. თუკი ჩვენ ვიანგარიშებთ 50 წლის წინ რამდენი დრო გვექონდა პოლიტიკური პიარის წარმოებისთვის, მაგალითად ამა თუ იმ სუბიექტს, მაგალითად მეორე მსოფლიო ომის დროს, იგივე კარიბის კრიზისის დროს და რა მცირე დროა დღეს ამ თვალსაზრისით გადაწყვეტილების მიღებისთვის ესაა თვალსაჩინო მაგალითია იმისთვის, რომ რამდენად დაჩქარდა დროში ამ მიმართულებით გადაწყვეტილებების მიღება. ჩემი აზრით მთავარი არის როდესაც უკავშირდება პოლიტიკური პიარი უსაფრთხოებას მთავარია საფრთხის იდენტიფიცირება, უსაფრთხოების კომპონენტში, აღმოჩენა, როგორც ფარული ისე ღია არხებიდან. ღია არხები არის მედია, სოციალური მედია, პრესა, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები. როდესაც ქვეყნის უსაფრთხოების სამსახური მუშაობს თემაზე, ის არ მუშაობს მხოლოდ აგენტურით მიღებული ინფორმაციით. ის მუშაობს, როგორც დახურული არხებიდან მიღებული, აგენტურული, დაზვერვის მიმართულებით, ან კონტრ დაზვერვის მიერ მოწოდებული ინფორმაციებით, ასევე ღია არხებიდან მიღებული ინფორმაციით. არსებობს ანალიტიკური სამსახური, მთავარი და უმნიშვნელოვანესია ინფორმაციის მოპოვება და მიღება. მაგრამ არანაკლებ მნიშვნელოვანია ინფორმაციის მიღება და დამუშავება ღია არხებიდან. მაგალითად ღია ტექსტით წერია ფიდეში,

ან ფაინენშალ თაიმსში, ან ნიუორკ თაიმსში, მაგრამ ამ ინფორმაციის უკან ანალიტიკოსი უნდა იყოს აღჭურვილი იმ ცოდნით და გამოცდილებით რომ იქ კითხულობდეს საჭირო და მნიშვნელოვან ინფორმაციას, ანუ *ქვეტექსტს*. ეს ინფორმაცია თავს უნდა იყრიდეს ანალიტიკოსებთან და შეჯერდეს და შედგეს გრძელვადიანი ანალიტიკური მასალა. მნიშვნელოვანი საფრთხის აღმოჩენა, მისი იდენტიფიცირება, მოკვლევა, ინფორმაციის მიღება, დაფიქსირება და შემდეგ შეფასება - სწორედ ამ ეტაპებად დავყოფდი უსაფრთხოებასთან მიმართებაში.

2.რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? თანამედროვე ვითარებაში სადაც სოციალური ქსელების, ინტერნეტის პირობებში შეიძლება ითქვას, რომ თითქმის გადამწყვეტი როლი ენიჭება. პიარ სამსახური, სპეციალისტი ან ექსპერტი განსაზღვრავს პოლიტიკური ფიგურის კომპონენტებს და შემდეგ მიდის მისი აკადემიური დამუშავება, თუ როგორ უნდა მიეწოდოს ეს საზოგადოებას. მაგალითად უნდა იყოს: კარგი მეოჯახე, მაღალი დონის სპეციალისტი, უნდა მოიძებნოს ფორმები იმისთვის რომ ის არის უშიშარი, პასუხისმგებლიანი. მაგალითად პუტინი 2000-იან წლებში რეაქტიული გამანადგურებელი თვითმფრინავის კაბინაში ჩასვეს და სადღაც გააფრინეს, ან საერთოდ არც გადაუფრენიათ. ეს იყო მაგალითი, რომ ამით რამდენიმე თვისებას გაუსვეს ხაზი, რომ ის არის უშიშარი, გამბედავი, ახალი ტიპის ლიდერი, რომელიც სჭირდებოდა რუსეთს და გადამწყვეტი იყო ამ თვალსაზრისით, მისი როგორც ლიდერის ფორმირებაში იმ დროს ჯერ კიდევ 22-23 წლის უკან, პიარი იყო გადამწყვეტი. დღეს, განსაკუთრებით 90%-ია პიარის როლი პოლიტიკური ლიდერის ფორმირებაში. 21-ე საუკუნის ლიდერი უნდა იყოს გამბედავ, კრეატიულ, რომელიც სხვათა შორის იმპულსური და ქარიზმატული კი არ იყოს, არამედ პასუხისმგებლიანი, მასში უნდა ხედავდეს ადამიანს მზრუნველს, მის პრობლემებზე მზრუნველი, ადამიანს უყვარს, რომ ვიღაცამ გადაუწყვიტოს პრობლემები. პოსტ საბჭოთა სივრცეში სახელმწიფო იყო ძალა რომელიც თითქმის ყველაფერზე პასუხისმგებლობას იღებდა და კიდევ არის მოთხოვნა რომ იყოს ადამიანი ვინც აიღებს პასუხისმგებლობას და რისკებსაც. ფიზიკურადაც სასიამოვნო უნდა იყოს, არ ვამბობ რომ უნდა იყოს ლამაზი, მაგრამ

ფიზიკურად სიმპათიური უნდა იყოს. იმ სტერეოტიპებს უნდა ეხმიანებოდეს რაც მოსახლეობაში არსებობს. სტრატეგიულ კომუნიკაციებში იმიჯს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს, თუ როდის, სად ვისთან უნდა გამოიყურებოდეს ლიდერი. რატომ იყო აგრესია სააკაშვილის ხელისუფლების მიმართ, იმიტომ რომ მისი ხელისუფლება კლავდა! ტუ არა ასეთი მხარდაჭერა არ ექნებოდა ოცნებას. ოცნებას ლიბერალური მიდგომები არ შეუცვლია მაგრამ განსხვავებაა, რომ არ კლავს! მოსახლეობის 80%-მა არ იცის რა არის მარგინალური, ექსტრაორგინალური და ასე შემდეგ ამიტომ აუცილებელია საუბრობდეს ქართულში შესატყვისი ტერმინებით. გაურკვეველობა ძალიან დიდი საფრთხეა ადამიანისთვის, ამიტომ რთულ ვითარებაში გამბედაობა და პასუხისმგებლობა უმთავრესია. ის ოჯახი უფროსია, რომელსაც ბოლო სიტყვა ეკუთვნის, რომელიც არ მიგატოვებს როცა ავად ხარ. ვის შეუძლია ამის გადაჭრა გამბედავ, განათლებულ და პასუხისმგებლიან ადამიანს. ვ.რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? უმნიშვნელოვანესი გავლენა აქვს პოლიტიკურ პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, მაგრამ აქ გვაქვს ოქროს შუალედი, ხაზები, რომლის გადაკვეთაც ჩემი აზრით არ შეიძლება. თუ პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიმღები პროცესი არის კონიუნქტურული ამ თვალსაზრისით მთელი ეს პროპაგანდისტული მანქანა ერთვება პროცესში შეიძლება ამან უკიდურესად დამაზიანებელი შედეგები მოიტანოს. ჩემი აზრით, დიდ წილად 2008 წლის ომი განაპირობა არასწორმა პროპაგანდამ, რომელიც აწარმოვა იმ დროს საქართველოს ხელისუფლებამ. იმიტომ რომ ეს პრინციპში იყო საომარი პროპაგანდა, რომელსაც როგორც შემდეგ აღმოჩნდა არ უმაგრებდა ზურგს არც დასავლეთი, არ უმაგრებდა ზურგს არც სათანადო მომზადება, არ უმაგრებდა ზურგს სათანადო ანალიტიკური გათვლები და საბოლოო ჯამში, რამდენიმეწლიანმა საომარმა პროპაგანდამ ქვეყანა მიიყვანა ძალიან სერიოზულ განსაცდელთან. ამიტომ, ჩემი აზრით შუალედის დაცვა არის ძალიან მნიშვნელოვანი. მაგრამ თუ პროპაგანდა შეზავებულია პასუხისმგებლობასთან, ისტორიულ ნარატივთან, რაშიც იგულისხმება ქვეყნის განვითარების ისტორიული გზა, მისი

საზოგადოების იდენტობისთვის მნიშვნელოვანი პოზიციები, მაშინ ასეთ პროპაგანდას აქვს დადებითი ეფექტი. უპასუხისმგებლო პროპაგანდამ და ამ მიმართულებით აგიტაციის წარმოებამ შეიძლება საბოლოო ჯამში ქვეყანა ძალიან რთული ვითარების წინაშე დააყენოს.

4. აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი? არ ვიცი ამის შესახებ, რაიმე ცალკე დოკუმენტი თუ არსებობს ასეთი არ ვიცი. ასეთი დოკუმენტი. ასეთი დოკუმენტი, ჯერ კიდევ მაშინ როდესაც მე უშიშროების საბჭოში ვიყავი 1997, 1998, 1999 წლებში მაშინ იყო ქვეყნის უსაფრთხოების პოლიტიკის სტრატეგიის ერთ-ერთი პატარა თავი, იმიტომ რომ მაშინ ამდენად აქტუალური ეს თემა 25 წლის უკან არ იყო. იმის შემდეგ არ მქონია ასეთ დოკუმენტთან შეხება და ამდენად შეიძლება არც ვცდებოდე იმაში, რომ ასეთი ტიპის დოკუმენტი ქვეყანაში არ ფუნქციონირებს, ცალკე პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია, რომელიც უნდა ჰქონდეს განსაკუთრებით ეროვნულ უსაფრთხოებასთან მიმართებაში.

5. რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? გადამწყვეტია მისი მნიშვნელობა აქვს, რადგან ჩვენ ვართ მრავალეროვანი, საკმაოდ პოლიტიკურია რთულ გარემოცვაში მყოფი ქვეყანა, მჭიდროდ დასახლებული იმიტომ ვუსვამ ამას ხაზს, რომ ბევრი მეზობელი და არაკეთილმოსურნე ქვეყნების ინტერესები იკვეთება საქართველოში. იმიტომ მე სწორად მიმაჩნია, რომ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ასეთი დოკუმენტი იმ ენოვან ადამიანებთან, რომლებიც მჭიდროდ არიან ჩასახლებული, მათთან განსხვავებული მიდგომებია საჭირო. საჭიროა მათთან კავშირის არ გაწყვეტა, ურთიერთობის უზრუნველყოფა, უნდა იყოს რესპუბლიკურ დონეზე, ეროვნულ დონეზე, ისე ადგილობრივ დონეზე. ის გეოპოლიტიკური გამოწვევები, რომლებიც ახლა.. წარმოიდგინე ახლა რომ სახელმწიფომ ცენტრალიზებულად მოახდინოს ინფორმირება, თუ თავად მოიპოვონ ინფორმაცია? მაგალითად უკრაინასთან მიმართებაში, ან ქვეყანაში განვითარებულ პროცესებზე, თუ გავრცელდეს პოლიტიკურად ანგაჟირებული არხების მეშვეობით. ამ მხრივ, ერთი ნაბიჯით ყოველთვის წინ უნდა იყოს სახელმწიფო. სახელმწიფო საზოგადოებას უნდა აწვდიდეს ამომწურავ,

სწორ, ობიექტურ ინფორმაციას და გასაგებ ენაზე ინფორმაციას. მოსახლეობის უმრავლესობამ არ იცის ის ენა რომლითაც პოლიტიკური ელიტა ან საექსპერტო ელიტა საუბრობს. საქართველოში არსებობს ასეთი გამოწვევა, რომ პოლიტიკური პიარის კომპონენტი მოქმედებს პოსტფაქტუმ.

დანართი 9

რამაზ საყვარელიძე 1.რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? a. პოლიტიკური პრ რამდენიმე ვარიანტს გულისხმობს. ყველაზე უფრო გავრცელებული ვარიანტი არის ხელისუფლებისთვის ბრძოლაში პოლიტიკური სუბიექტის (პარტიის ან პოლიტიკოსის) პრ-ი კონკურენტის დამარცხებისთვის. ეს ქვეყნის შიგნით მიმდინარე ფსიქოლოგიური ომია. როგორც ყველა ომში, აქაც კანონები არ არსებობს - ცრუ ბრალდებიდან ცრუ განდიდებამდე ამ ტიპის პოლიტიკური პრ-ი ყველაფრის უფლებას აძლევს საკუთარ თავს. ამ ელემენტებს იყენებს პრ-ი არჩევნების წინ. იგივე ხდება ხავერდოვანი რევოლუციების დროსაც და სწორედ ამით არის ის ქვეყნისთვის სახიფათო - შეიძლება მტერმა ისარგებლოს და შეცვალოს მისთვის მიუღებელი ხელისუფლება (მაგალითები - გარედან ხელშეწყობილი ხავერდოვანი რევოლუციები). b. პოლიტიკური პრ-ის მეორე ვარიანტია ეგრეთ წოდებული სახელმწიფო პრ, როცა სახელმწიფო ეწევა ქვეყნის ან მისი რომელიმე პროგრამის პრ-ს ქვეყნის შიგნით და ქვეყნის გარეთ. მაგალითია, სამხედრო სტრუქტურის პრ, რაც მნიშვნელოვანია უსაფრთხოებისთვის; ძლიერ პარტნიორთან ურთიერთობის პრ-ი და ა.შ. 2.რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? a. ყველა პოლიტიკა იყოფა საჯარო და დახურულ ნაწილად, მათ შორის - ლიდერის პოლიტიკაც. მისი საჯარო ნაწილი დეტალურად უნდა ჰქონდეს გაწერილი ლიდერის პრ-ის ჯგუფს. რაც შეეხება ფარულ ნაწილს, ამავე ჯგუფს მოფიქრებული უნდა ჰქონდეს პრ-ის მხრივ მომგებიანი ვერსია, თუ გაჟონავს ინფორმაცია ფარულ პოლიტიკაზე. 3.რა

გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? a. იგივე, რაც ითქვა ლიდერზე - პროპაგანდისთვის მიუღებელი გადაწყვეტილება უნდა დაიშალოს ან შეიფუტოს მისაღები ფორმით. 4. აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი? a. ალბათ, აქვს, ოღონდ პიროვნებებზე დამოკიდებული, მის ფორმირებას არა აქვს სისტემური სახე, პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია ბევრისთვის პიროვნული პოლიტიკური ამოცანების გადაჭრაა და არა - ქვეყნის. 5. რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? a. დიდი როლი აქვს, რადგან არასწორმა საკომუნიკაციო სტრატეგიამ შეიძლება საფრთხე შეუქმნას ქვეყანას

დანართი 10

[იხ. პირველი კითხვა]. ლილე ხმალაძე პიარ სპეციალისტი

1. რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება

იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? საზოგადოება სთან ურთიერთობა, უპირველესად, არის ძლიერი მხარისა და უპირატესობის წარმოჩენა, სწორი აქცენტების გაკეთება. მისი საშუალებით, შესაძლებელია, ხან - მინიშნებით, სიმბოლოებით, ხან - პირდაპირი გზით, საზოგადოებისთვის მთავარი შეტყობინების გადაცემა. PR გულისხმობს ადამიანებთან ურთიერთობას, კრიზისული სიტუაციების პროფილაქტიკას, პრევენციული საქმიანობის წარმართვას, გაუთვალისწინებელი სიტუაციების მინიმუმამდე დაყვანას, პოლიტიკურ ლობირებას; PR-ის ზოგიერთი საქმიანობა დაკავშირებულია კანონმდებლობასთან და სარეკლამო ხელმძღვანელობასთან. PR-მასალები ძირითადად ფაქტებს უნდა ეყრდნობოდეს და უნდა იყოს ინფორმაციული, შეიცავდეს ფაქტობრივ მონაცემებს და არა ემოციურ ან შთაბეჭდილებების მომხდენ მტკიცებებს; მაშინ როდესაც რეკლამა, როგორც წესი, მიმართულია ბაზრის

ცალკეული სეგმენტებისა და კონკრეტული სოციალური ფენებისადმი, PR მიმართავს მრავალრიცხოვან საზოგადოებას, ორგანიზაციებს, სოციალურ ჯგუფებს, რომელთანაც თანამშრომლობს ინფორმაციის საშუალებით (*ჯეფკინსი*).

2. რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას?

საზოგადოებასთან ურთიერთობას, ამ შემთხვევაში, ძალიან მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება. ფაქტობრივად ის ქმნის ლიდერის იმიჯს, როგორც ვიზუალურ იმიჯს, ისე მის ფიგურას. შესაბამისად, კომუნიკაციითვე საშუალებით, ლიდერი მიჰყვება შექმნილ იმიჯს, საუბრობს შესაბამისად, ახმოვანებს მიღებულ გადაწყვეტილებებს და ა.შ.

3. რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? პროპაგანდას, პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დიდი გავლენა აქვს. აღსანიშნავია, რომ პროპაგანდასა და პიარს შორის ძალიან დიდი განსხვავებაა. პიარი არის კონკრეტული პირის, კომპანიის უპირატესობის წინ წამოწევა, მათი ხაზგასმა, აუდიტორიამდე ამ მახასიათებლის სწორად და ზუსტად მიტანა. პროპაგანდა

კი არის ინფორმაციის მიწოდების ფორმა, რომელიც გულისხმობს საკომუნიკაციო საშუალების მიზანმიმართულ გამოყენებას ადამიანთა გონებაზე, ემოციებსა და ქცევაზე სასურველი ზემოქმედების მიზნით. პროპაგანდის შემქმნელები ხშირად ცრუ ფაქტებით ცდილობენ ამ ზეგავლენის მოხდენას. შესაძლოა, ფაქტი სიმართლეც იყოს, თუმცა, გამოყენებული იქნას ადამიანების ქცევისა და სურვილებზე ზემოქმედების მიზნით.

4. აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი? საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაცია აბსოლუტურად განსხვავებულია, ის პოლიტიკური ტექნოლოგიები და ტექნიკები, რაც შესაძლოა სხვა ქვეყნების შემთხვევაში მუშაობდეს, როგორც წესი, ნაკლებად ამართლებს ქართულ რეალობაში.

5. რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? კომუნიკაციას როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე ქვეყნის გარეთ ძალიან

მნიშვნელოვანი როლი აქვს ქვეყნის პოლიტიკურ ცხოვრებაში, საშინაო თუ საგარეო პოლიტიკის წარმატებისა და უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში. ფაქტობრივად, წარმატების ერთ-ერთი განმსაზღვრელი კომპონენტია.

დანართი 11

თეა პერტაია - შინაგან საქმეთა სამინისტროს ყოფილი პიარი, ამჟამად, საზოგადოებრივი ჯანდაცვის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის უფროსი 1.რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? პოლიტიკური კომუნიკაცია მულტიდისციპლინურია და ბევრ სფეროს მოიცავს: პოლიტოლოგია, მარკეტინგის ნაირსახეობები, ისტორია, რიტორიკა, მასობრივი და სტრატეგიული კომუნიკაცია, სოციოლოგია, ფსიქოლოგია... ესაა საკომუნიკაციო საშუალებათა ერთობლიობა, რომელიც პოლიტიკაზე ზეგავლენას ემსახურება, სადაც განმსაზღვრელი არაა ის, თუ ვინ აწარმოებს კომუნიკაციას, მთავარია, მისი არსი, მიზანი და გავლენის ხარისხი. ეს შეიძლება ეხებოდეს, როგორც პრემიერის რიტორიკას, ისე რიგითი მოქალაქის საჯარო მსჯელობასა თუ პოსტს... ის ვრცელდება მოქალაქეებზე, პოლიტიკურ სუბიექტებსა და მედიაზე და მათ ურთიერთობა-ურთიერთქმედებაზე. ურთიერთობის პროცესის მარტივი სქემა დაახლოებით ასეთია - პოლიტიკოსები - მედია, როგორც მედიუმი - საზოგადოება. პოლიტიკური კომუნიკაცია 2 მიმართულებას მოიცავს:

1. თავად კომუნიკაციის პროცესი - ინფორმაციის გაცვლის პროცესი პოლიტიკურ სუბიექტებს შორის, სახელმწიფოსა და მოქალაქეებს შორის, ამასთან, სტრატეგიული კომუნიკაციის გამოყენება პოლიტიკურ თემებზე სამიზნე აუდიტორიასთან მიმართებაში.

2. მეცნიერება, რომელიც ამ საკომუნიკაციო პროცესებს სწავლობს და ახალს იგონებს. დისციპლინა , რომელიც აანალიზებს, თუ როგორ გავლენას ახდენს

კომუნიკაცია პოლიტიკაზე, პოლიტიკოსებზე, მედიასა და მოქალაქეებზე. ცხადია, რომ მისი არსებითი შემადგენელი ნაწილი და მთავარი იარაღი სტრატეგიული კომუნიკაციაა, თავის მხრივ, ეს სფეროც ბევრ დისციპლინას ითავსებს, ყველაფერს, რაც, მოცემულ შემთხვევაში, პოლიტიკაში, კომუნიკაციის გზით, განსაზღვრული მიზნის მიღწევასა და სასურველი შედეგის დადგომას ემსახურება. ანუ ესაა პოლიტიკის თემაზე განხორციელებული მიზანმიმართული კომუნიკაცია სამიზნე აუდიტორიის დარწმუნების, მის ცნობიერებასა და ქმედებაზე გავლენის მიზნით. ასეთი კომუნიკაცია, თავის ხასიათით, მანიპულატორია და ამ მიზნით სხვადასხვა მეთოდს იყენებს რაც, რა თქმა უნდა, სამიზნე აუდიტორიის სიღრმისეულ შესწავლასა და ანალიზს ეყრდნობა. ამ კუთხით, საინტერესოა ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციის დეფინიციისა და მიმართულებების გახსენება. ნატო სტრატეგიულ კომუნიკაციის არსს თავის სფეროში ასე განსაზღვრავს: ესაა საკომუნიკაციო აქტივობებისა და შესაძლებლობების კოორდინირებული და შესაბამისი გამოყენება ნატოს მიზნებისთვის, ალიანსის პოლიტიკის, მართვისა და ღონისძიებების მხარდასაჭერად, ნატოში სტრატეგიაში

5 მიმართულებებისგან შედგება: სახალხო დიპლომატია; სამხედრო საზოგადოებრივი საქმეები; საზოგადოებრივი საქმეები; ფსიქოლოგიური და საინფორმაციო ოპერაციები; ამასთან, ალიანსის სტრატეგიაში თანახმად, კარგი სტრატეგიული კომუნიკაცია ითვალისწინებს სწორი სამიზნე აუდიტორიების განსაზღვრას, საუკეთესო ნარატივის, გზავნილების შემუშავებასა და მართებული საინფორმაციო არხების გამოკვეთას. აქცენტი კეთდება დაგეგმარების პროცესზე, რაც თავისთავში გულისხმობს პრობლემის გაგებას, მკაფიოდ ჩამოყალიბებას, გადაჭრის გზების დასახვას და, ასევე, აღსრულებისა და შეფასების მონიტორინგის ნაწილს. განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა შიდა კომუნიკაციის კომპონენტის გაძლიერებას. აქვე საგულისხმოა, რომ მეცნიერები პოლიტიკური კომუნიკაციის

3 ძირითადად მიმართულებას გვთავაზობენ: კომუნიკაცია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით, კომუნიკაცია არაფორმალური საშუალებებით და კომუნიკაცია პოლიტიკური და გავლენის ჯგუფებით.

2. რაც შეეხება კითხვის ბოლო ნაწილს. ქვეყნის მიერ წარმოებულ პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე დამოკიდებული ჩვენი აწმყო და მომავალიც, ესაა კომუნიკაცია, რომელმაც ჰიბრიდულ ომში, გააზრებული ტაქტიკებით, უნდა მოიგერიოს უცხო სახელმწიფოების იერიში, პროპაგანდა, გაატაროს თავისი მიზანმიმართული პოლიტიკა... სწორედ გამართული ძლიერი საკომუნიკაციო სტრატეგია და გეგმა ქვეყნის წარმატებული პოლიტიკის საწინდარი . ის , თუ რა რაკურსში პოზიციონირებს საქართველო მსოფლიო რუკაზე, მისი უსაფრთხოება სწორედ გონივრულ პოლიტიკურ სტრატეგიულ კომუნიკაციას უნდა ეყრდნობოდეს, რათა სახელმწიფომ, ეროვნული ინტერესების გათვალისწინებით, შესაბამის მიზნებს მიაღწიოს, როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე გარეთ. დღეს ჰიბრიდული ომის მთავარი ასპარეზი ციფრული სამყაროა. ინტერნეტმა ყველაფერს ახალი ფორმა შესძინა და პოლიტიკური კომუნიკაციაც თავის ხასიათსა და თავისებურებებს დაუქვემდებარა. აქ უფრო მეტი საფრთხე და ამავდროულად, შესაძლებლობაცაა. ამდენად, ჰიბრიდული ომის მთავარი ასპარეზი სწორედ ვირტუალური მსოფლიოა და ქვეყნის პოლიტიკურ საკომუნიკაციო სტრატეგიაზე როცა ვსაუბრობთ, ძირითადი აქცენტები სწორედ აღნიშნულის გათვალისწინებით უნდა გაკეთდეს.

დანართი 12

ჩადრმავებული ინტერვიუ ნუგზარ გრძელიშვილთან ნუგზარ გრძელიშვილი (CURRIKULUM VITAE) მისამართი: ქ. თბილისი იოსებძის ქუჩა 72ბ, ბ.122 ტელ: +995 99 974555 e-mail: nugzar963@gmail.com შრომითი გამოცდილება 2020 წ. იანვარი - დღემდე შპს „ნიუ სითი გრუპ“, დირექტორი - სამშენებლო, დეველოპერული, არქიტექტურული და საპროექტო სამუშაოები. 2020 წ. მაისი - დღემდე წმინდა თამარ მეფის უნივერსიტეტის ფსიქოლოგიის საბაკალავრო პროგრამის პროფესორი 2019წ სექტემბერი - დღემდე ბარბარე ყიფიანის სახელობის მეტაფსიქოლოგიის სკოლის თანადამფუძნებელი. 2018 წ. სექტემბერი - დღემდე შპს სკოლა და ბაღი

„მომავალი“ (ქ.მარნეული), დირექტორის მოადგილე 2014 წ. ივლისი - 2019 წ. იანვარი შპს „ყაზტრანსგაზ - თბილისის“ ინფორმაციისა და მონიტორინგის სამსახურის უფროსი; ინფორმაციის დამუშავებისა და ანალიზის სამსახურის უფროსი, მთავარი სპეციალისტი; ზედამხედველობის სამსახურის მთავარი სპეციალისტი. 2015 წ. იანვარი - 2018 წ. დეკემბერი მოქალაქეთა პოლიტიკური გაერთიანება „ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველოს“ ცენტრალური ოფისის ინფორმაციული უზრუნველყოფისა და მონიტორინგის სამსახურის განყოფილების უფროსი 2014 წ. მაისი – ივლისი კოალიცია “ქართული ოცნების” ცენტრალური საარჩევნო შტაბის ინფორმაციული უზრუნველყოფისა და რეაგირების სამსახურის განყოფილების უფროსი 2012 – 2013 წ.წ. საქართველოს მთავრობის კანცელარიის საზოგადოებასთან ინტეგრირებული კომუნიკაციების დეპარტამენტის სტრატეგიული დაგეგმარების სამსახურის მრჩეველი (I კატეგორია) 2008 – 2012 წ. წ. შპს GR Consulting, კონსულტანტი 2005 – 2007 წ. წ. საქართველოს საგარეო დაზვერვის სპეციალური სამსახურის სამმართველოს უფროსი 2001 - 2005 წ. წ. რფ-ში საქართველოს საელჩოს უფროსი მრჩეველი; საქართველოს საგარეო დაზვერვის სპეციალური სამსახურის ოფიციალური წარმომადგენელი რუსეთის ფედერაციაში (სამმართველოს უფროსი). 1997 - 2001 წ. წ. საქართველოს დაზვერვის სახელმწიფო დეპარტამენტის ანალიზისა და ინფორმაციის სამმართველოს უფროსის მოადგილე; განყოფილების უფროსი, განყოფილების უფროსის მოადგილე. 1996 – 1997 წ. წ. საქართველოს სახელმწიფო უშიშროების სამინისტროს სამეცნიერო ტექნიკური ცენტრი „მოდული“; უფროსი მეცნიერ თანამშრომელი 1993 – 1996 წ. წ. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; უფროსი მეცნიერ თანამშრომელი, ასისტენტი, უფროსი მასწავლებელი 1990 - 1993 წ. წ. სამეცნიერო ტექნიკური ცენტრი “საქსაშენმასალები”; უფროსი მეცნიერ თანამშრომელი 1984 - 1986 წ. წ. „თბილქალაქმშენის” #1 ტრესტი; ლაბორატორიის ოსტატი დამატებითი შრომითი გამოცდილება 1995 – 2001 წ.წ. ფონდი “მეცნიერება და განათლება სიცოცხლისათვის”; გამგეობის თავმჯდომარე. განხორციელებულია 2 გარემოსდაცვითი პროექტი (დონორები: ISAR Georgia და ფონდი “ჰორიზონტი”), 1 პროექტი ჯანდაცვის სფეროში (დონორი – “გერმანიის ტექნიკური

თანამშრომლობის ორგანიზაცია”) და ბრიტანული ეკონომიკური ლიტერატურის ქართულ ენაზე თარგმნისა და გამოცემის პროექტი (დონორი: ბრიტანული ფონდი Know How) 2000 – 2002 წ.წ. “ეკონომიკური კვლევისა და პოლიტიკური ტექნოლოგიების ცენტრი”; გამგეობის თავმჯდომარის მოადგილე. განხორციელებულია ბრიტანული ეკონომიკური ლიტერატურის ქართულ ენაზე თარგმნისა და გამოცემის პროექტი (დონორი: ბრიტანული ფონდი Know How) განათლება 1986 – 1989 წ.წ. ქ. მოსკოვის სარკინიგზო ტრანსპორტის ინჟინერთა ინსტიტუტის ასპირანტურა 1979 – 1984 წ.წ. საქართველოს პოლიტექნიკური ინსტიტუტის სამშენებლო ფაკულტეტი, სპეციალობა: ინჟინერ-მშენებელ-ტექნოლოგი 1980 – 1983 წ.წ. საქართველოს პოლიტექნიკური ინსტიტუტის საზოგადოებრივ პროფესიათა ფაკულტეტის მეცნიერულ-ტექნიკური თარგმნის (ინგლისური ენა) განყოფილება წოდებები, რანგები სამეცნიერო ხარისხი - ტექნიკურ მეცნიერებათა დოქტორი (1989 წ.) სამხედრო წოდება - პოლკოვნიკი (2006 წ.) დიპლომატიური რანგი - უფროსი მრჩეველი (2001 წ.) პირველი რანგის სახელმწიფო მრჩეველი (2012-2013) კურსები/სემინარები/ ტრენინგები 2023 წ. ევროპის ბიზნეს სკოლა - ტრენინგ კურსი - „ტოპ-მენეჯმენტის სრული CEO პროგრამა“ 2022 წ. ევროპის ბიზნეს სკოლა - ტრენინგ კურსი - „ფინანსები არაფინანსისტი ტოპ-მენეჯერებისათვის“ 2005 წ. აშშ-ს ცენტრალური სადაზვერვო სააგენტო (CIA); ტრენინგის კურსი - “სადაზვერვო დისციპლინების სწავლების მეთოდისა” 2001 წ. გერმანიის ფედერალური დაზვერვის სამსახური (BND); სემინარი სადაზვერვო სამსახურების ხელმძღვანელი პირებისათვის 1998 წ. ეგვიპტის მთავარი სადაზვერვო სამსახურის ტრენინგების ცენტრი; უშიშროებისა და დაზვერვის კურსი 1996 წ. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის სამეცნიერო-კვლევითი და სასწავლო საკონსულტაციო ცენტრი; მენეჯმენტის კურსი პერსონალური ინფორმაცია დაბადების თარიღი 04.04.1963 წ. ოჯახური მდგომარეობა: დაოჯახებული მოქალაქეობა: საქართველოს მოქალაქე ჯილდოები 2001 წ. ღირსების მედალი ენები და ელექტრონული კომუნიკაციები ქართული – მშობლიური რუსული - თავისუფლად ინგლისური – კარგად კომპიუტერი - საოფისე პროგრამები 6. რაში მდგომარეობს პოლიტიკური პრ-ის არსი, რა

კომპონენტებისაგან შედგება იგი და როგორ არის დაკავშირებული ქვეყნის უსაფრთხოებასთან? პოლიტიკური პიარი არის პოლიტიკური სუბიექტების მიერ საზოგადოებაში ინფორმაციის ან დეზინფორმაციის გავრცელება (უმუალოდ ან სხვადასხვა წყაროების მეშვეობით) იმ მიზნით, რომ პოლიტიკური გადაწყვეტილების აღსრულების პროცესში საზოგადოებაში შეიქმნას ამ გადაწყვეტილებისადმი კეთილგანწყობილი გარემო. კომპონენტებზე და სტრუქტურაზე საქართველოსთან მიმართებაში მე-4 პუნქტში მაქვს საუბარი. 7.რა როლი ენიჭება პრ-ს ლიდერის პოლიტიკის ფორმირებისას? საქართველოში დომინანტურია გავრცელებული არასწორი მიდგომა, რომლის მიხედვითაც პიარი უდნა ჩართული იყოს პოლიტიკის ფორმირებისა და პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში. არადა, ჩემი აზრით, პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებს უნდა იღებდეს პოლიტიკური ლიდერი და მისი გუნდი, რომელიც სხვადასხვა სფეროს პროფესიონალებითაა დაკომპლექტებული (საშინაო და საგარეო პოლიტიკა, ეკონომიკური პოლიტიკა, სოციალური პოლიტიკა, უსაფრთხოების პოლიტიკა და ა.შ.). პიარი კი უნდა ჩაერთოს მაშინ, როდესაც საჭიროა უკვე შემუშავებული პოლიტიკის საზოგადოებასთან მიტანის სხვადასხვა ფორმებისა და მეთოდების შემუშავება, პიარსტრატეგიების დაგეგმვა და ა.შ. წინააღმდეგ შემთხვევაში, პოლიტიკურ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში პიარის სპეციალისტების ჩართვა იწვევს იმ გადაწყვეტილებების დაბლოკვას (ან შერბილებას), რომლებიც, პიარის აზრით, გამოიწვევს საზოგადოების ნეგატიურ რეაქციას. არადა, სწორედ ასეთი, ერთი შეხედვით არაპოპულარული გადაწყვეტილებების კარგად შეფუთვა და საზოგადოებისთვის სწორი ფორმებით, სწორ დროს და სწორი მეთოდებით მიწოდება უნდა წარმოადგენდეს პიარის ძირითად ფუნქციას. 8.რა გავლენა აქვს პროპაგანდას პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესში? მნიშვნელოვანია, თუ რას ვგულისხმობთ ტერმინში - „პროპაგანდა“, რომელიც ძირითადად უარყოფით კონტექსტში მოიხსენიება. თუ ამ მიდგომით ვიხელმძღვანელებთ, მაშინ პროპაგანდის დოზა უნდა იყოს სწორად შერჩეული, რომ მას არ მოჰყვეს საზოგადოების უკურეაქცია. გადაწყვეტილების მიღების

პროცესში, ჩემი აზრით, არც პიარი და არც პროპაგანდა არ უნდა იყოს ჩართული, რაზეც ზემოთაც მოგახსენებდით. გადაწყვეტილების აღსრულების პროცესში კი აუცილებელია პროპაგანდასა და პიარს შორის სწორი თანაფარდობისა და ზღვრის დაცვა, რაც ყველა კონკრეტულ შემთხვევაში განსხვავებულ მიდგომებს მოითხოვს. 9. აქვს თუა არა საქართველოს პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია და რა თავისებურებებით ხასიათდება იგი? საზოგადოებისათვის, მათ შორის მისი საკმაოდ ინფორმირებული ნაწილისათვის (საექსპერტო წრეების ჩათვლით) უცნობია, აქვს თუ არა ჩვენს ქვეყანას პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგია. შესაძლოა ის არსებობს და ცნობილია მხოლოდ სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის ხელმძღვანელობისათვის, რაც აბსოლუტურად არანორმალური ვითარებაა. ქვემოთ მოყვანილია ჩემი მოსაზრებები პოლიტიკური კომუნიკაციების სტრატეგიის ერთიანი კონცეფციის ჩამოყალიბებასთან დაკავშირებით. მუშაობა უნდა მიმდინარეობდეს ერთიანი პროექტის ფარგლებში, რომელიც უნდა იმართებოდეს ერთი ცენტრიდან. პროექტის განხორციელებაში მონაწილეები პირობითად შეიძლება დაიყოს ორ კატეგორიად: 1. სახელმწიფო სტრუქტურები – საზოგადოებასთან სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი; – სახელმწიფო სტრუქტურების საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები. 2. არასამთავრობო სტრუქტურები – სხვადასხვა სახის კვლევითი და საკონსულტაციო ორგანიზაციები, საინფორმაციო სააგენტოები და ა.შ. საზოგადოებასთან სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი; სტრუქტურა და ფუნქციონალური განაწილება 1. სტრატეგიული ანალიზისა და დაგეგმვის სამსახური – პიარსტრატეგიების საშუალოვადიანი და გრძელვადიანი დაგეგმვა; – საფრთხეების ანალიზი და მათი განეიტრალების მექანიზმების შემუშავება; – კრეატიული პროექტების შემუშავება; – მთავრობის წევრებისათვის სტრატეგიული *მესიჯების* შემუშავება. 2. საინფორმაციო-ანალიტიკური სამსახური – მედია მონიტორინგი; – მედია ანალიზი; – სხვადასხვა სამთავრობო და არასამთავრობო ანალიტიკური სამსახურებიდან მიღებული მასალების ანალიზი; – საფრთხეების გამოვლენა. 3. ოპერატიული რეაგირებისა და კონფლიქტური

სიტუაციების მართვის სამსახური – მოკლევადიან, ტაქტიკური ხასიათის საფრთხეებზე რეაგირება; – კრიზისულ ჯგუფებთან კომუნიკაცია; – ტაქტიკური ხასიათის *მესიჯების* შემუშავება. 4. საგარეო კომუნიკაციის სამსახური – საზღვარგარეთის ქვეყნების კვლევით და საკონსულტაციო ცენტრებთან კომუნიკაცია; – საერთაშორისო მედიასთან და საქართველოში მათ წარმომადგენლობებთან კომუნიკაცია; – ლობისტურ კომპანიებთან და კერძო ლობისტებთან (ფიზიკურ პირებთან) ურთიერთობა; – საერთაშორისო საზოგადოებაზე გათვლილი *მესიჯების* შემუშავება. 5. სახელმწიფო და არასამთავრობო სტრუქტურებთან კომუნიკაციების სამსახური – სხვადასხვა სამთავრობო სტრუქტურების საზოგადოებასთან ურთიერთობებისა და ანალიტიკურ სამსახურებთან კომუნიკაცია. – არასამთავრობო ორგანიზაციებთან კომუნიკაცია. 6. *მედიადისტრიბუციის* სამსახური – შემუშავებული მასალების მედია სივრცეში განთავსების უზრუნველყოფა. არასამთავრობო სტრუქტურები არასამთავრობო სტრუქტურების მეშვეობით უნდა განხორციელდეს იმ კატეგორიის აქტივობები, რომელთა განხორციელება ოფიციალური პოზიციებიდან შეუძლებელია ან დაუშვებელია. საზოგადოებასთან სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის ცალკეულ სამსახურებთან მათი კოორდინაცია და თანამშრომლობა უნდა ხორციელდებოდეს ზემოხსენებული ერთიანი ცენტრის გავლით. ცალკეულ შემთხვევებში შესაძლოა კომუნიკაციას ჰქონდეს პირდაპირი ხასიათიც. არასამთავრობო სტრუქტურების რაოდენობა, მათ მიერ შესრულებული სამუშაოს მიმართულებები და მათი მოცულობა დამოკიდებულია ბევრ ფაქტორზე, მათ შორის, მატერიალურ უზრუნველყოფაზე. ასეთი სახის სტრუქტურების გენერირება უნდა ხდებოდეს პერმანენტულ რეჟიმში სტრატეგიული ანალიზისა და დაგეგმვის სამსახურის რეკომენდაციით. ქვემოთ ჩამოთვლილია მხოლოდ რამდენიმე მიმართულება, რომლებიც, ჩემი აზრით, პირველ რიგშია გასააქტიურებელი. 1. რეგულარული სოციოლოგიური კვლევების ჩატარება. როგორც შიდა მოხმარებისათვის, ისე პიარისათვის განკუთვნილი; 2. საინფორმაციო სააგენტო, რომელსაც გარკვეული პერიოდის შემდეგ უნდა ჰქონდეს კორპუნქტები რამდენიმე, ჩვენთვის სტრატეგიული მნიშვნელობის

ქვეყანაში მაინც; 3.ახალგაზრდობის პრობლემატიკაზე ორიენტირებული ორგანიზაცია. 4.საერთაშორისო მიმართულების მქონე კვლევითი არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელი გახდება სხვადასხვა სახის პროექტების განხორციელება (ადამიანური რესურსი არსებობს) .*კერძოდ*: – საზღვარგარეთის ქვეყნების მედია საშუალებებთან და ჟურნალისტებთან ურთიერთობა, მათი საქართველოში ვიზიტების ორგანიზება; –საზღვარგარეთის ქვეყნების Think–Tank-ებთან ურთიერთობა, მათი საქართველოში ვიზიტების ორგანიზება; –ზემოხსენებული ორივე მიმართულებით საქართველოს მთავრობის წევრებისათვის ვიზიტების და შეხვედრების ორგანიზება; –რეგიონული მიმართულებები – აშშ, დასავლეთ ევროპა, აღმოსავლეთი და ცენტრალური ევროპა, რუსეთი და დსთ, აზია. 10.რა როლი ენიჭება ამ სტრატეგიას ქვეყნის უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში? როლი უმნიშვნელოვანესია. სტრატეგიის არ არსებობა, ან მასთან წვდომის შეზღუდულობა წარმოადგენს საქართველოს უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევას.

დანართი 13

ექსპერტი დავით კუხალაშვილი

რა ტიპის გავლენა აქვს პოლიტიკურ პიარს ეროვნული უსაფრთხოების სისტემაზე საქართველოში?

სამიზნე სახელმწიფოს საზოგადოებრივ აზრზე დამაზიანებელი ზემოქმედება მზვერავი ქვეყნის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზანია. შესაბამისად დაზვერვის ობიექტი ქვეყნის სადაზვერვო და კონტრსადაზვერვო სამსახურების უმნიშვნელოვანეს მიზანს უცხო სახელმწიფოთა სადაზვერვო სამსახურების მხრიდან, საზოგადოებრივ აზრზე დამაზიანებელი ზემოქმედების დროული გამოვლენა და თავიდან აცილება წარმოადგენს. შესაბამისად, პოლიტიკური პიარის წარმოებას სახელმწიფოსათვის კონტრსადაზვერვო ფუნქცია გააჩნია, ხოლო მისი

დამაზიანებელი წარმოება დაინტერესებული უცხო ქვეყნების სადაზვერვო ამოცანაა.

რამდენად დამაზიანებელია ფეიკ ნიუსის ფაქტორი ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე?

სამიზნე სახელმწიფოში ფეიკ ნიუსის გავრცელებას კონკრეტული პირის, პირთა ჯგუფის კომპრომეტაციის, მმართველობის დისკრედიტაციისათვის, შიშის, პანიკის ინსპირირებისათვის გამოყენებადი მეთოდია, რომელსაც დაინტერესებული სახელმწიფოების სადაზვერვო სამსახურები აქტიურად იყენებენ. სამოქალაქო ომის, ხელისუფლების შტოებს, პოლიტიკურ პარტიებს, ეთნიკური და რელიგიურ ჯგუფებს შორის კონფლიქტების ინსპირირებისათვის ფეიკ ნიუსი სადაზვერვო სამსახურებისათვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა, რომლის ორგანიზაციულ პროცესში სამეცნიერო დაზვერვის როლიც განსაკუთრებულია. შესაბამისად მომდინარე შედეგი დესტაბილიზაცია სახელმწიფოს კონსტიტუციური წყობილების ძალადობრივ რღვევას შეიძლება დაუკავშირდეს, რაც ეროვნული უსაფრთხოების გარემოზე დამაზიანებელ ზემოქმედებას ნიშნავს.

რამდენად მასშტაბურია ფეიკ-ნიუსის გეოპოლიტიკური გავლენები და მისი შედეგები?

სადაზვერვო ორგანიზებით ფეიკ ნიუსს გააჩნია სამიზნე ჯგუფი, რაც იმას ნიშნავს რომ მასშტაბური ზემოქმედების უზრუნველსაყოფად სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფისათვის საჭიროა ინდივიდუალური ფეიკ ნიუსის მომზადება. ამ პროცესში გასათვალისწინებელია მრავალი, მათ შორის ეთნიკური, რელიგიური მახასიათებლები. სადაზვერვო ინტერესებიდან გამომდინარე მისი გამოყენება დამოკიდებულია მზვერავი ქვეყნის სტრატეგიულ ინტერესებზე. სადაზვერვო საქმიანობის განხორციელების გეოგრაფიული პრინციპებიდან გამომდინარე ალბათობის მაღალი ხარისხით მიღწევადია

სამიზნე სახელმწიფოში დესტაბილიზაციის, სახელმწიფოებს შორის დაძაბულობის, საომარი მოქმედებების ინსპირირება.

როგორი სახის პიარის ტიპოლოგიები არის გავრცელებული საქართველოს პოლიტიკურ სისტემაში და როგორ გამოიხატება მათი არსი?

დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდგომ საქართველოს საწინააღმდეგოდ გამოყენებულია სადაზვერვო ხასიათის პიარ ტექნოლოგიები, რომლის სამიზნეც ქვეყნის პოლიტიკური, ეკონომიკური, სამხედრო და სამეცნიერო-ტექნიკური უსაფრთხოების სეგმენტებია, რომელთა მიზანიც ამ სეგმენტებზე შეღწევა, მათი კონტროლი და დასუსტებაა. შესაბამისად საქართველოს სახელმწიფოც ახორციელებს დამაზიანებელი პიარტექნოლოგიების საწინააღმდეგო პიარის წარმოებას. საქართველოში განსაკუთრებით აქტუალურია და ჭარბია პოლიტიკური რეკლამა, რომელშიც ჭარბობს უცხო სახელმწიფოთა სადაზვერვო მიზნების შესაბამისი პროპაგანდა და დეზინფორმაცია.

თქვენი მოსაზრებით, საქართველოში პოლიტიკურ პიარს აქვს თუ არა მნიშვნელოვანი გავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე და თუ გააჩნია მას კონკრეტული სახის ინდიკატორები?

საქართველოში პოლიტიკურ პიარს აქვს პირდაპირი ზეგავლენა ეროვნულ უსაფრთხოებაზე და მისი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ინდიკატორი სისტემური დაპირისპირებებია საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ ჯგუფებს შორის, რაც ეროვნული ერთიანობის უზრუნველყოფის მნიშვნელოვან ხელშემშლელს, ე.ი. დაინტერესებული სახელმწიფოების საქართველოზე ზეგავლენის ხელშემწყობ გარემოებას წარმოადგენს.

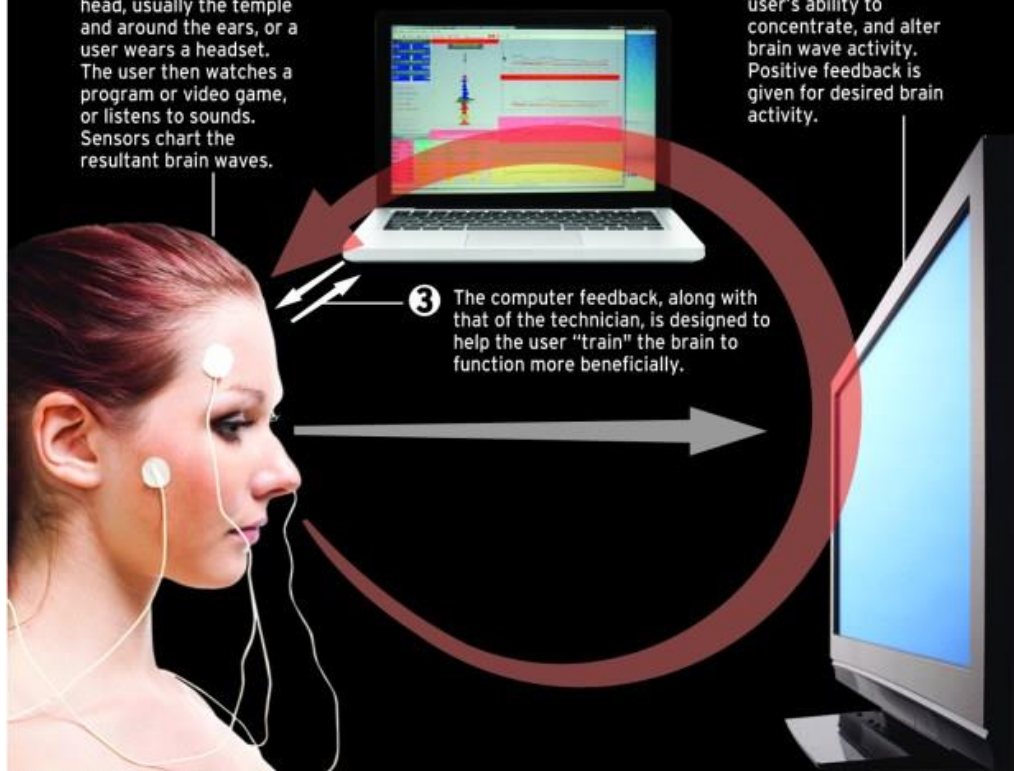
Neurofeedback: The basics

Neurofeedback is a type of biofeedback that uses real-time displays of brain activity to "teach" self-regulation of brain functions and thus control or alter certain behaviors.

1 Sensors are placed on various areas around the head, usually the temple and around the ears, or a user wears a headset. The user then watches a program or video game, or listens to sounds. Sensors chart the resultant brain waves.

2 Images on the screen change based upon the user's ability to concentrate, and alter brain wave activity. Positive feedback is given for desired brain activity.

3 The computer feedback, along with that of the technician, is designed to help the user "train" the brain to function more beneficially.

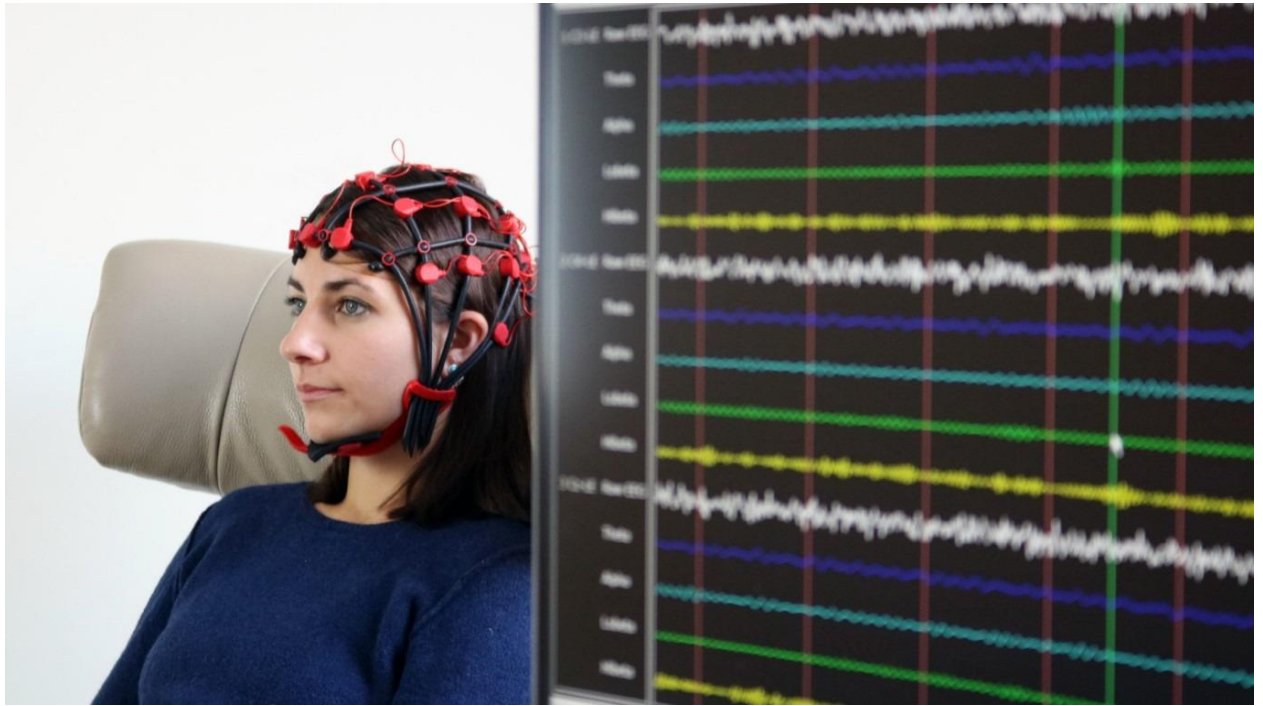


PHOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

STAFF GRAPHIC

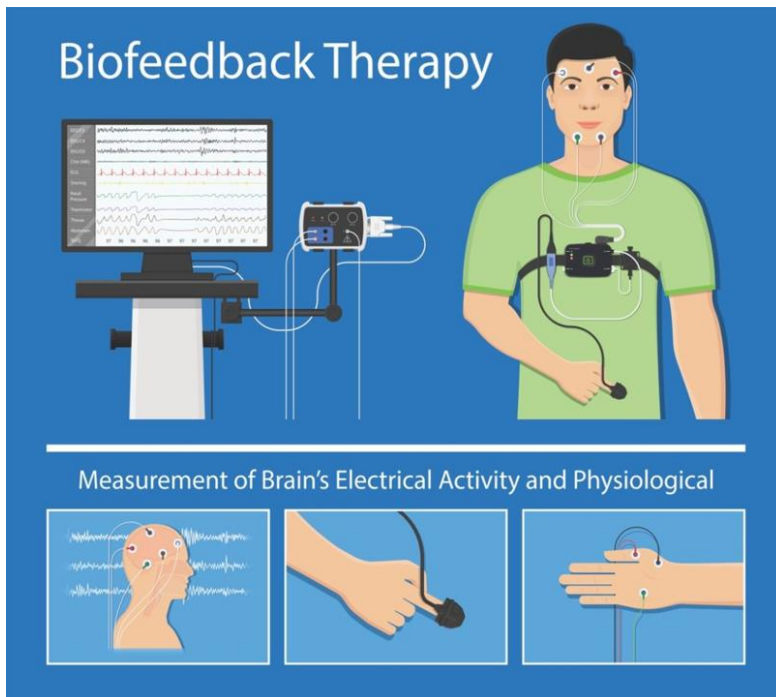
დანართი 14

ნეიროფიზიოლოგიის აპარატი



დანართი 15

ნეიროფიდებექის აპარატის ჩანაწერის პროცესი



დანართი 16

ბიოფიდბეჯის აპარატის აღწერა



ბიოფიდბეჯის აპარატით გადაღების პროცესი