



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი
სადოქტორო პროგრამა: მასობრივი კომუნიკაცია

ლიანა მარქარიანი

ნაშრომი წარმოდგენილია მასობრივი კომუნიკაციის დოქტორის აკადემიური
ხარისხის მოსაპოვებლად

**მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაცია საბჭოთა პრესიდან
ციფრულ მედიაში: ტიპოლოგია და ისტორიულ-შედარებითი ანალიზი
(საქართველოსა და სომხეთის მაგალითზე)**

ხელმძღვანელი: მაია ტორაძე
ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2025

აბსტრაქტი

თანამედროვე სამყაროში, რომელშიც მედიით მანიპულაცია, დეზინფორმაცია და ალგორითმული მიკერძოება საზოგადოებრივ აზრს ამრუდებს, დამოუკიდებელ კრიტიკულ აზროვნებას აფერხებს და ინსტიტუტებისადმი ნდობის ეროზიას უწყობს ხელს, პროპაგანდისა და ყალბი ინფორმაციის ეფექტების კვლევის აქტუალობა თვალსაჩინო ხდება. ამ პროცესებით სტიმულირებული იდეოლოგიური პოლარიზაციისა და ავტოკრატიზაციის ფონზე, ნაშრომი ცდილობს გამოაშკარაოს და გააანალიზოს აღნიშნული მოვლენების საფუძველი - მედიამანიპულატორები. ნაშრომში გამოყენებული მიდგომები შესაძლებელს ხდის მანიპულაციური მექანიზმებისა და მათი ტიპოლოგიის მეტამორფოზის სტრუქტურირებულ დემონსტრაციას ორი პოსტსაბჭოთა ქვეყნის მაგალითზე.

კვლევის მიზანია, დავადგინოთ, რა ტიპის მანიპულატორებს იყენებდნენ საბჭოთა პრესაში, როგორ მოდიფიცირდა მათი მექანიზმები საქართველოსა და სომხეთის მედიაში, რა გავლენა იქონია სოციალურმა მედიამ მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაციაზე და რატომ მიმართავენ დღეს მედიამანიპულაციას. ასევე, გვსურს, შერჩეული ქვეყნების მედიის მაგალითებზე ვაჩვენოთ პოსტსაბჭოური და თანამედროვე მანიპულაციური ელემენტების ძირითადი მსგავსებები და განსხვავებები, განვსაზღვროთ მათი ტიპოლოგია და, ისტორიულ-შედარებითი ანალიზის საშუალებით, დავადგინოთ ტექსტუალური და შინაარსობრივი მანიპულატორების გავლენები დემოკრატიზაციაზე.

მიზნის მისაღწევად ნაშრომში რვა კითხვას გაეცა პასუხი: 1. რა სახის მანიპულაციურ ინსტრუმენტებს იყენებენ საკვლევ პერიოდში?; 2. რა ძირითადი მოტივით იყენებენ მანიპულატორებს საკვლევ პერიოდში?; 3. რამდენად განსხვავდება მანიპულატორების ტიპოლოგია და მათი გამოყენების სიხშირე სომხურ და ქართულ მედიაში?; 4. არსებობის შემთხვევაში, რით არის გამოწვეული განსხვავებები ქვეყნების მედიალანდშაფტებში?; 5. რა ნარატივები დომინირებს სომხეთსა და საქართველოში?; 6. როგორ ტრანსფორმირდა მედიამანიპულაციები საბჭოთა მედიიდან ციფრულ მედიამდე?; 7. რა გავლენა იქონია სოციალურმა მედიამ მანიპულაციური მექანიზმების მეტამორფოზზე?; 8. რა პოტენციური გავლენა აქვს საერთაშორისო ამბებით მანიპულაციას (FIMI) სომხეთსა და საქართველოში

მიმდინარე დემოკრატიულ პროცესებზე?

კითხვებზე პასუხის გასაცემად გამოყენებულია თვისებრივი და რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზი მათში ინტეგრირებული „შემთხვევის ანალიზით“. გარდა ამისა, მივმართეთ თვისებრივი კვლევის სხვა ფორმებს, კერძოდ, სიღრმისეული ინტერვიუს არასტრუქტურირებულ ფორმას (10 რესპონდენტი), რომელიც ჩატარდა ქართველ, სომეხ და უცხოელ ექსპერტებთან; ასევე, დისკურსის და ისტორიულ-შედარებით ანალიზებს წამყვანი მეტა-ნარატივების და ძირეული განსხვავებების საპოვნელად. აღსანიშნავია, რომ კვლევა ეყრდნობა ფრეიმიანგის, სოციალურ-კოგნიტიურ და ჰიპოდერმიული ნემსის თეორიებს.

საერთო ჯამში, საბჭოთა პერიოდის მედიაში (1962, 1964, 1969 წლები) შერჩეული უნივერსის ფარგლებში (184 ნომერი ორივე გაზეთიდან), გაანალიზდა და დახარისხდა 7361 პუბლიკაცია, ხოლო ციფრულ ეპოქაში (2020-2022 წლები) - 300 პუბლიკაცია (150 - სომხური მედია, 150 - ქართული). შედეგად, თვალსაჩინო გახდა მთავარი მიგნებები: 1) საბჭოთა პრესა („კომუნისტი“ და „სოვეტაკან ჰაიასტანი“) ბევრად კომპლექსურ ფსიქოლოგიურ მანიპულაციებს იყენებს, ვიდრე თანამედროვე მედია; 2) ნარატივების შერჩევა ხდება ერის კოლექტიური მეხსიერების საფუძველზე, ხოლო მანიპულაციური მექანიზმები უკვე შერჩეულ ნარატივებს ერგება; 3) ჩამოყალიბდა ახალი მანიპულატორი მედიატექსტში - ფსევდო-პოზიტივი, რაც კვლევის მთავარ სიახლეს წარმოადგენს.

მოცემულ ნაშრომში შემოთავაზებულია მედიამანიპულაციების კვლევის ახალი მატრიცა და ტექსტის მანიპულაციური მექანიზმების ტაქსონომია. მატრიცის სახით სტრუქტურირებული მედიამანიპულატორები მოგვცემს საშუალებას, ვივარაუდოთ, თუ როგორი მუტაცია ელის მანიპულაციურ ტექნიკებს მომავალში.

მულტიდისციპლინური მიდგომის გამოყენებით, კვლევა ემსახურება უფრო ფართო დისკურსს – ციფრულ ეპოქაში ინფორმაციის უსაფრთხოებისა და მთლიანობის დაცვას, ასევე, მიზანს – განავითაროს მეტად ჯანსაღი და თავისუფალი მედია. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ, ქართულ-სომხურ ჭრილში, საბჭოთა პრესიდან დღემდე არსებული მედიამანიპულაციების გამომჟღავნებამ და გაანალიზებამ, შესაძლოა, ხელი შეუწყოს ამ ორი ერის მეტად დაახლოებას და შეამციროს მედიის (ამ შემთხვევაში, მესამე ძალის ხელით განხორციელებული) ნეგატიური გავლენა

კონფლიქტის ან შუღლის გაღვივებაში.

შესაბამისად, მოცემული ნაშრომი ფასეულია ქართული მედიის სწორი მიმართულებით განვითარებისთვის, ვინაიდან იგი დაეხმარება თანამედროვე მედიაში დასაქმებულ პირებს და მედიაორგანიზაციებს – იმოქმედონ უკვე შემუშავებული მოდელის მიხედვით. რაც მთავარია, ამ მიდგომებით და მედიამანიპულატორების დემონსტრაციით, შევძლებთ, მედია გავფილტროთ მანიპულაციური და პროპაგანდისტული კონტენტისაგან, რითაც ხელს შევუწყობთ საზოგადოების ინფორმირებაზე, კონსტრუქციული და პროსოციალური მედიის ფორმირებაზე ორიენტირებული კონტენტის შექმნას, რაც, თავის მხრივ, ქვეყანაში ჯანსაღი მედიაგარემოს, მდგრადი დემოკრატიისა და ევროპული ღირებულებების განმტკიცების მასტიმულირებელია.

Abstract

In modern world, where media manipulation, disinformation, and algorithmic bias distort public opinion, undermine critical thinking, and erode trust in institutions, studying propaganda and the impact of fake information has become crucial. This study uncovers the root causes of these phenomena - media manipulators - revealing the evolution and typologies of manipulative mechanisms through the lens of two post-Soviet countries.

The research explores the evolution of manipulative tactics from Soviet-era press to Georgian and Armenian media, examining the role of social media in these changes and the motivations behind contemporary media manipulation. Through historical-comparative analysis, it identifies similarities and differences between Soviet and modern manipulative elements, establishes their typologies, and evaluates their impact on democratization.

To achieve these goals, the study addresses eight core questions: 1. What manipulative tools were employed during the studied periods? 2. What were the primary motivations for using these manipulators? 3. How do the typologies and frequencies of manipulation differ between Armenian and Georgian media? 4. What factors contribute to differences in the media landscapes of these countries? 5. What narratives dominate in Armenia and Georgia? 6. How have manipulative techniques evolved from Soviet-era media to the digital age? 7. What role has social media played in the metamorphosis of these mechanisms? 8. What potential impact does international news manipulation (FIMI) have on democratic processes in Armenia and Georgia?

The research combines qualitative and quantitative content analysis, integrating them with case studies and additional qualitative methods. Unstructured in-depth interviews were conducted with ten experts (Georgian, Armenian, and international), alongside discourse and historical-comparative analyses to uncover overarching meta-narratives and key differences. The study is also grounded in framing, social-cognitive, and hypodermic needle theories.

In the Soviet period (1962, 1964, 1969), 7,361 publications from 184 issues of two newspapers ("Kommunist" and "Sovetakan Hayastan") were analyzed and categorized. For the digital age (2020–2022), 300 publications (150 Armenian and 150 Georgian) were reviewed. The findings reveal: 1) Soviet media employed more complex psychological manipulations compared to modern media; 2) Narratives were crafted based on collective

memory, with manipulative mechanisms adapted to fit these narratives; 3) “Pseudo-positivity” emerged as a novel manipulative tool in modern media, representing the study’s key innovation.

This research introduces a novel matrix for analyzing media manipulations, as well as a taxonomy of textual manipulative mechanisms. The matrix will enable us to speculate on how manipulative techniques may evolve in the future.

Adopting a multidisciplinary approach, the study contributes to the broader discourse on ensuring the integrity of information in the digital age. It aims to support the development of independent media in Armenia and Georgia, fostering closer ties between the nations and reducing the negative impact of external media manipulation in fueling conflict or hostility.

Consequently, this research is crucial for steering the development of Georgian media in a positive direction. By demonstrating manipulative mechanisms, we can filter media to prioritize pro-social content. This, in turn, promotes a healthy media environment, sustainable democracy, and the reinforcement of European values within the country.

სარჩევი

შესავალი	10
თავი I: საზოგადოების აზრით მანიპულირების ძალა: ისტორიული პერიპეტები.....	25
1.1 მანიპულაციების ახალი ეპოქა: სოციალური მედია, ალგორითმები და ხელოვნური ინტელექტი	30
1.2 მედიის ეფექტების შესწავლის ტრადიციები და ევოლუცია: პოზიტიური და ნეგატიური გავლენები	35
1.3 მანიპულაცია საბჭოთა სინამდვილეში	41
თავი II: მედიამანიპულაციის ტაქსონომია.....	46
2.1 მანიპულაციური მექანიზმების ექო თანამედროვეობაში და მათი კვლევის აუცილებლობა	51
2.2 მანიპულაციის მექანიზმები და ავტორის ინტერპრეტაცია	53
2.3 ფსიქოლოგიური მანიპულაციის ტიპოლოგია გაანალიზებული პუბლიკაციების მიხედვით - ავტორის ინტერპრეტაცია	57
თავი III: საბჭოთა პერიოდი - ზოგადი რაოდენობრივი შედეგები.....	65
3.1 პუბლიკაციების რაოდენობა გაზეთების და ქვეყნების მიხედვით.....	65
3.2 1962 წელი - საქართველო.....	68
3.3 1962 წელი - სომხეთი	78
3.4 1964 წელი - საქართველო.....	80
3.5 1964 წელი - სომხეთი	90
3.6 1969 წელი - საქართველო.....	94
3.7 1969 წელი - სომხეთი	103
თავი IV: შედარებითი ანალიზი - გაზეთების ძირეული განსხვავებები	107
4.1 გააქტიურებული მანიპულაციის მიზეზები: ავტორის ინტერპრეტაცია და ლიტერატურის გაანალიზება.....	108
4.2 ცრუ-პოზიტივი საბჭოთა პრესაში: პროპაგანდა თუ ახალი მანიპულატორი?	111
4.3 რიტორიკული ტაქტიკა და ლოგიკური სიცრუე, როგორც მანიპულაცია	118
თავი V: ციფრული ეპოქა - ძირითადი შედეგები.....	122
5.1 საქართველო: 2020-2023.....	122
5.2 სომხეთი: 2020-2023	136
თავი VI: სიღრმისეული ინტერვიუ.....	149
6.1 ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები: ხასიათი და ტიპოლოგია.....	163
6.2 მანიპულაციური ტექნიკების ტაქსონომია	167
ტრანსფორმაცია	172
დასკვნა	180
ბიბლიოგრაფია	189
დანართები.....	206

ცხრილების, გრაფიკებისა და სხვა ილუსტრაციების ჩამონათვალი

1) ფოტო N1: რეციპროკული დეტერმინიზმის მოდელი	19
2) ცხრილი N1: მანიპულაციების მატრიცა	63
3) დიაგრამა N1: გაზეთში გამოქვეყნებული პუბლიკაციების რაოდენობა.....	66
4) ცხრილი N2: ნეგატიური და პოზიტიური ტონის დაყოფა	66
5) დიაგრამა N2: პოზიტიური, ნეგატიური და ნეიტრალური პუბლიკაციების განაწილება - საქართველო: „კომუნისტი“	67
6) დიაგრამა N3: პოზიტიური, ნეგატიური და ნეიტრალური პუბლიკაციების განაწილება - სომხეთი: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“	67
7) ცხრილი N3: პუბლიკაციების რაოდენობა ობიექტის მიხედვით - 1962 წელი	69
8) ცხრილი N4 ცივი ომის ალიანსები.....	69
9) ცხრილი N5: „კომუნისტი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1962 ..	76
10) ცხრილი N6: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1962	78
11) ცხრილი N7: „კომუნისტი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1964	84
12) ცხრილი N8: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1964	92
13) ცხრილი N9: „კომუნისტი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1969	94
14) ცხრილი N10: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1969	103
15) 3D დიაგრამა N1: ნეგატიური ინფორმაცია ქვეყნების მიხედვით	106
16) დიაგრამა N4 : ნეგატიური ამბების რაოდენობა წლებისა და გაზეთების მიხედვით.....	107
17) დიაგრამა N5: ინფორმაციის პროცენტული და რაოდენობრივი განაწილება ხასიათის მიხედვით.....	112
18) ცხრილი N11: სათაურები ქვეყნების მიხედვით.....	115
19) დიაგრამა N6: პოზიტიური ფრაზების სიხშირე	117
20) ცხრილი N12: პუბლიკაციის რაოდენობა მიმართულების მიხედვით (საქართველო).....	123
21) ცხრილი N13: პუბლიკაციის რაოდენობა მიმართულების/სუბიექტის მიხედვით (სომხეთი).....	137
22) დიაგრამა N7: პუბლიკაციების რაოდენობა სუბიექტების და ქვეყნის მიხედვით.....	146
23) სქემა N1: ძირითადი მანიპულაციური ტექტიკები	167
24) ცხრილი N14: მანიპულაციური ტექსტის ტაქსონომია.....	168
25) თაიმლაინი N1: მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაცია (საბჭოეთი).....	172
26) ინფოგრაფიკა N1: მედიამანიპულაციები 2020-2022 წლებში	174

აბრევიატურის ჩამონათვალი

FIMI - Foreign Information Manipulation and Interference Threats (საერთაშორისო ამბებით მანიპულაცია და ჩარევის საფრთხეები);

CT (CrowdTangle) - ფეისბუქის საკუთრებაში არსებული ინსტრუმენტი, რომელიც გვეხმარება, ადვილად გავზომოთ სოციალურ მედიაში გამოქვეყნებული საჯარო კონტენტის პოპულარობის დონე;

NATO - The North Atlantic Treaty Organization (ჩრდილოატლანტიკური ხელშეკრულების ორგანიზაცია);

EEAS – The European External Action Service (ევროკავშირის საგარეო ქმედებათა სამსახური);

IRI - International Republican Institute (საერთაშორისო რესპუბლიკური ინსტიტუტი);

PTSD - Post-traumatic stress disorder (პოსტტრავმული სტრესული აშლილობა);

RWB - Reporters Without Borders (ჟურნალისტები საზღვრების გარეშე);

SCT - Social-Cognitive Theory (სოციალ-კოგნიტური თეორია);

FoMO - FOMO (Fare of Missing Out) (დაკარგვის შიში);

NAM - Non-Aligned Movement (მიუმხრობლობის მოძრაობა).

შესავალი

ანტიკურ ხანასა თუ თანამედროვე სამყაროში კაცობრიობის განვითარებას, ცივილიზაციის ჩამოყალიბებასა და ძალაუფლების კულტივაციას ყოველთვის თან ახლდა საზოგადოებრივი აზრით მანიპულაციის მცდელობა. შესაბამისად, გასაკვირი არ არის, რომ ყალბი ინფორმაციის, დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის ისტორია საუკუნეებს ითვლის. მათი გავლენის გაძლიერების მთავარი წინაპირობა კონკრეტულ პერიოდში ოსტატურად შერჩეული და შეფუთული მანიპულატორებია (MacDonald, 2017).

ტექნოლოგიურ პროგრესთან, მედიის გაძლიერებასთან და გამოხატვის თავისუფლების, როგორც დემოკრატიული პრინციპის, დამკვიდრებასთან ერთად, ტრანსფორმირდება და მეტად კომპლექსური ხდება მანიპულაციური მექანიზმებიც (Murphy, 2017). სოციალური მედია არათუ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ახალი ამბების მიღებისა და აღქმის პროცესში, არამედ საზოგადოების დიდი ნაწილისთვის უკვე ინფორმაციის ძირითად წყაროსაც წარმოადგენს. ბევრისთვის „ჟურნალისტიკის“ განმარტება ამ ახალი მედიის გაჩენასთან ერთად შეიცვალა (Pew Research, 2015), რაც მნიშვნელოვანს ხდის წარსულში არსებული მანიპულატორების რეტროსპექციას, პროპაგანდის თანამედროვე მეთოდების გამოვლენას და, მიღებული შედეგების საფუძველზე, მანიპულაციის ელემენტების მეტამორფოზის კანონზომიერების დადგენას (Allcott & Gentzkow, 2017).

მკვლევრები განმარტავენ, რომ დღესდღეობით უცხოური ინფორმაციით მანიპულაცია და ამ მანიპულაციური მეთოდების კვლევა იმაზე მეტად ანგარიშგასაწევია, ვიდრე ეს ერთი შეხედვით ჩანს. მანიპულაციები ამწვავებს ქვეყანაში არსებულ პოლიტიკურ პოლარიზაციას, ხელს უწყობს მედიაეკოსისტემების რღვევას, ამცირებს ინსტიტუტებისადმი ნდობას, ზრდის სოციალურ დაძაბულობას და ანელებს დემოკრატიზაციის პროცესს.

უკვე 2023 წლიდან ევროკავშირის დიპლომატიური სერვისის, ისევე, როგორც მედიის, უსაფრთხოების, პოლიტიკის, ფსიქოლოგიისა და სხვ. მკვლევართა ჯგუფმა შემოიღო ცნება - FIMI - საერთაშორისო ამბებით მანიპულაცია და ჩარევა (Foreign Information Manipulation and Interference [FIMI]). ამ ტერმინით გაერთიანდა ყველა ის უცხოური ზეგავლენა, რომელიც სახელმწიფოებრიობისა და, ზოგადად,

დემოკრატიული პროცესების შენარჩუნება-განვითარების გზაზე მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს. ამავე წელსვე შეიქმნა პირველი ანგარიში „საერთაშორისო ამბებით მანიპულაცია და ჩარევის საფრთხეები“, რომელიც რუსეთისა და ჩინეთის მხრიდან მომდინარე საფრთხეებს უსვამს ხაზს (Foreign Information Manipulation And Interference Threats, 2023).

კვლევა შთაგონებულია თანამედროვე ტენდენციების გააზრების საჭიროებით – გავიგოთ, თუ როგორ მანიპულირებენ ინფორმაციით სახელმწიფო და არასახელმწიფო აქტორები საქართველოსა და სომხეთში საზოგადოებრივ აზრსა და პოლიტიკურ გადაწყვეტილებებზე გავლენის მოხდენის მიზნით. შესაბამისად, ამ კვლევის ერთ-ერთ საფუძველს წარმოადგენს ევროპის საგარეო სამოქმედო სამსახურის (EEAS) 2023 წლის ანგარიში FIMI-ის საფრთხეების შესახებ. EEAS-ის ანგარიში ხაზს უსვამს ახალი კვლევების შექმნის გადაუდებელ აუცილებლობას, რათა თითოეულ ქვეყანაში ჩამოყალიბდეს ცოდნის ბაზა და შემუშავდეს ინფორმაციით მანიპულაციის მექანიზმების იდენტიფიცირების ერთგვარი სტანდარტიზებული მეთოდოლოგია.

მანიპულაციების მეთოდებმა და მიზნებმა მნიშვნელოვანი ტრანსფორმაცია განიცადა მკაცრი კონტროლის ქვეშ მყოფი საბჭოთა პრესიდან დეცენტრალიზებულ სოციალურ მედიამდე, რაც გადამწყვეტს ხდის მედიამანიპულაციური მექანიზმების შესწავლას. ეს კვლევა საშუალებას მოგვცემს, გავაანალიზოთ საჯარო სფეროზე მანიპულაციების გავლენები და მედიის კონტროლის განვითარებადი დინამიკა, განსაკუთრებით ისეთ რეგიონში, სადაც მუდმივად ვაწყდებით პოლიტიკურ და იდეოლოგიურ დაპირისპირებას.

სწორედ ასეთი ვითარება გამოიკვეთა პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში - საქართველოსა და სომხეთში. ეს ერები დღემდე ებრძვიან საბჭოთა პროპაგანდის მემკვიდრეობას, რომელიც მოიცავს საკვანძო ნარატივებს ამ ქვეყნების იდენტობის, გეოპოლიტიკისა და იდეოლოგიის გარშემო. დღეს ეს საბჭოთა მეხსიერება შენარჩუნებულია ხელახლა ჩამოყალიბებულ ციფრულ ეპოქაში, რომელშიც დეზინფორმაციული კამპანიები სოციალური მედიის ხელმისაწვდომობას და უშუალობას აქტიურად იყენებენ. ამ ტრანსფორმაციების გააზრება გადამწყვეტია არა მხოლოდ იმის გასარკვევად, თუ როგორ მოერგო მანიპულაციური პრაქტიკები

ტექნოლოგიურ წინსვლას, არამედ, იმის საჩვენებლადაც, თუ როგორია მათი გავლენა დემოკრატიაზე, სოციალურ ერთიანობასა და საერთაშორისო ურთიერთობებზე.

საქართველო, თავისი პროდასავლური მისწრაფებებით და რუსეთთან არსებული კონფლიქტებით, იყო და არის რუსული დეზინფორმაციული კამპანიების ფოკუსში, რაც ძირს უთხრის დემოკრატიულ პროცესებს, ხელს უწყობს პოლარიზაციას და ამცირებს მედიის თავისუფლების ინდექსს. კვლევისთვის ასევე შერჩეულია სომხეთი, რომელიც წლების განმავლობაში რუსეთის მოკავშირედ ითვლებოდა, თუმცა 2023 წლის მოვლენების შემდეგ, მან რადიკალურად შეიცვალა კურსი (IRI, 2024, გვ. 50).

2024 წელს საქართველოს მაჩვენებლებმა, მედიის თავისუფლების კუთხით, მნიშვნელოვანი ვარდნა განიცადა – დაკარგა 26 ადგილი და 180 ქვეყანას შორის 103-ე ადგილზე აღმოჩნდა (Reporters Without Borders, 2024a). ეს ვარდნა ყველაზე დიდი იყო RSF-ის 2024 წლის სიაში არსებულ ქვეყნებს შორის. მეორე მხრივ, სომხეთმა იმავე ინდექსით პოზიცია გაიუმჯობესა და 49-ე ადგილიდან 43-ე ადგილზე გადაინაცვლა (Reporters Without Borders, 2024b). საქართველოს რეიტინგის ვარდნა განპირობებულია გაზრდილი პოლიტიკური პოლარიზაციით (Index on Censorship, 2024). ეს ცვლილებები ხაზს უსვამს მედიის თავისუფლების დინამიკურ ხასიათს სამხრეთ კავკასიაში და იმას, თუ როგორ მოქმედებს პოლიტიკური და სოციალური ცვლილებები მედიაგარემოზე.

ცხადია, ციფრული რევოლუცია ორივე ქვეყნისთვის საკვანძო აღმოჩნდა, ვინაიდან დღეს სოციალური მედიის პლატფორმები საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების, ეთნიკური და პოლიტიკური განხეთქილების გაღვივებისა და ინსტიტუციებისადმი ნდობის შემცირებისთვის გამოიყენება. ეს უკანასკნელი კი უშუალოდ აისახება ქართულ-სომხურ ურთიერთობებზე.

მანიპულაციური მექანიზმების შესწავლით შეგვიძლია ვაჩვენოთ მედიამანიპულაციების ტექნიკების როგორც უწყვეტობა, ასევე ტრანსფორმაცია, რაც სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია მედიაწიგნიერების ხელშეწყობის, დეზინფორმაციასთან ბრძოლისა და დემოკრატიული საინფორმაციო ეკოსისტემების განვითარებისთვის საქართველოსა და სომხეთში.

კვლევისთვის შეირჩა მედიასაშუალებები, რომლებიც საბჭოთა მონოლითურ იდეოლოგიას სხვადასხვა მანიპულაციური მექანიზმების დახმარებით ავრცელებდნენ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში, კერძოდ კი, საქართველოსა და სომხეთში. ამდენად, მედიამანიპულატორების ადრეული და თანამედროვე მექანიზმების შესწავლა გვიჩვენებს, შეიცვალა თუ არა მანიპულაციის ელემენტები და მათი ტიპოლოგია საბჭოთა პრესიდან ციფრულ მედიაში.

კვლევას განსაკუთრებით საინტერესოს ხდის ცივი ომის პერიოდი. ამ უკანასკნელის როლი სოციალური მეცნიერებების ევოლუციასა და გარდასახვაში უზარმაზარია, რადგან კონფლიქტის შედეგად ახალი დისციპლინები და კვლევის მიმართულებები ჩამოყალიბდა (Simpson, 1998).

ზოგადად, მანიპულაციის ძირითად მიზნად მიიჩნევა კონკრეტული იდეოლოგიის/მოსაზრების გავრცელება/ჩამოყალიბება, რაც, სხვა შედეგებთან ერთად, ხშირად აძლიერებს დეზინფორმაციის გავლენას, ზრდის მის დამაჯერებლობას და ასუსტებს მედიის მიმართ საზოგადოების ნდობის ხარისხს. შესაბამისად, მანიპულატორების კვლევა დაგვჩვენებს მანიპულაციის მექანიზმების და მათი დანიშნულების ამსახველი ახალი მატრიცის შექმნაში, რის შედეგადაც მომავალში მარტივად შევძლებთ ამოვიცნოთ მანიპულაციური კონტენტი და გავფიქროთ იგი სუბიექტური დასკვნებისგან. კვლევის შედეგად ვცდებით, გამოვყოთ ახალი მანიპულატორები.

წიგნში - „მანიპულაცია და პროპაგანდა“ - აღნიშნულია, რომ მსგავსი კვლევები ქვეყანაში მედიაწიგნიერების განვითარების ერთ-ერთი მექანიზმი იქნება. მათი საშუალებით შესაძლებელი გახდება მოქალაქეთა ერთგვარი მომზადება როგორც აწმყო დროში არსებულ მანიპულაციებთან, ასევე მომავალში მეტად კომპლექსურ მოვლენებთან საბრძოლველად, რაც დემოკრატიის განვითარებას შეუწყობს ხელს (Manipulation and Propaganda, N/D). ჩვენი კვლევის ერთ-ერთ ამოცანასაც სწორედ იმგვარი გზამკვლევის შექმნა წარმოადგენს, რომელიც ხელს შეუწყობს საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებას და მედიამანიპულაციებისადმი მდგრადობის გაზრდას სომხურ და ქართულ რეალობაში.

კვლევის მიზანია, დავადგინოთ, რა ტიპის მანიპულატორებს იყენებდნენ საბჭოთა მედიაში, როგორ მოდიფიცირდა მათი მექანიზმები პოსტსაბჭოთა

ქვეყნებში, რა გავლენა იქონია სოციალურმა მედიამ მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაციაში და რატომ მიმართავენ დღეს მედიამანიპულაციას. ასევე, გვსურს, სომხური და ქართული მედიის მაგალითზე, ვაჩვენოთ პოსტსაბჭოური და თანამედროვე მანიპულაციური ელემენტების ძირითადი მსგავსებები და განსხვავებები, განვსაზღვროთ მათი ტიპოლოგია და, ისტორიულ-შედარებითი ანალიზის შედეგად, დავადგინოთ ტექსტუალური და შინაარსობრივი მანიპულატორების გავლენები დემოკრატიზაციაზე.

მიზნის მისაღწევად ჩამოყალიბდა შემდეგი საკვლევ კითხვები:

1. რა სახის მანიპულაციურ ინსტრუმენტებს იყენებენ საკვლევ პერიოდში?
2. რა ძირითადი მოტივით იყენებენ მანიპულატორებს საკვლევ პერიოდში?
3. რამდენად განსხვავდება მანიპულატორების ტიპოლოგია და მათი გამოყენების სიხშირე სომხურ და ქართულ მედიაში?
4. არსებობის შემთხვევაში, რით არის გამოწვეული განსხვავებები ქვეყნების მედიალანდშაფტებში?
5. რა ნარატივები დომინირებს სომხეთსა და საქართველოში?
6. როგორ ტრანსფორმირდა მედიამანიპულაციები საბჭოთა მედიიდან ციფრულ მედიამდე?
7. რა გავლენა იქონია სოციალურმა მედიამ მანიპულაციური მექანიზმების მეტამორფოზაზე?
8. რა პოტენციური გავლენა აქვს საერთაშორისო ამბებით მანიპულაციას (FIMI) სომხეთსა და საქართველოში მიმდინარე დემოკრატიულ პროცესებზე?

კითხვებზე პასუხის მისაღებად შეირჩა რამდენიმე კრიზისული ეპიზოდი. ეს საჭირო გახდა იქიდან გამომდინარე, რომ ნებისმიერი სახის მანიპულაციური ტალღის გავრცელებას სჭირდება წინაპირობა (მარქარიანი, 2019). შესაბამისად, მნიშვნელოვანია კრიზისულ ვითარებებში არსებული მანიპულაციური მექანიზმების შესწავლა. დადასტურებულია, რომ მსგავს სიტუაციებში მანიპულატორების რაოდენობა იზრდება, ხოლო მომხმარებელი არსებულ „პოზიტივს“ შედარებით მარტივად ეჭიდება (Lambert et al, 2012; Trevors & Kendeou, 2020; Fredrickson, 2009; Seligman, 2012).

ამდენად, განხილული სამეცნიერო ლიტერატურის საფუძველზე, პირველ

ეტაპზე საკვლევად შეირჩა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი კრიზისული (ომი, პანდემია, კონფლიქტი) პერიოდები:

- 1962 წელი - კუბის კრიზისი;
- 1964 წელი - ტონკინის ყურის ინციდენტი;
- 1969 წელი - ნილ არმსტრონგის გაფრენა მთვარეზე.

კვლევის პროცესში დავაკვირდით საქართველოსა და სომხეთის კომუნისტური პარტიის ცენტრალური კომიტეტის ორგანოებს - „კომუნისტა“ და „სოვეტაკან ჰაიასტანს“, გამოვყავით ცივი ომის პერიოდის მანიპულაციური კონტენტი და შესაბამისი მექანიზმები, რადგან თეორიულმა მიმოხილვამ აჩვენა, რომ მე-20 საუკუნის შუა წლების შემდგომ მანიპულაციური მექანიზმები საკმაოდ დაიხვეწა.

კვლევის მეორე ეტაპზე დავაკვირდით კოვიდპანდემიისა და რუსეთ-უკრაინის ომის კონკრეტულ ეტაპებს. კერძოდ:

- 2020 წლის იანვრიდან - კოვიდპანდემია და 44 - დღიანი ომი;
- 2022 წელს დეკემბრამდე - რუსეთ-უკრაინის ომი.

აღნიშნული კრიზისული პერიოდების შერჩევა განაპირობა უკანასკნელმა კვლევებმა, რომლებმაც ცხადყვეს, რომ ბოლო დროის ერთ-ერთი ყველაზე მასშტაბური კრიზისი - პანდემიის - პირობებში, საგრძნობლად იმატა მანიპულაციური კონტენტის გავრცელების ინტენსივობამ და ამ ტიპის მასალების გაზიარებამ (Pulido et al., 2020), რაც, მკვლევრების აზრით, კრიზისით გამოწვეული სტრესის მანიშნებელია. თავის მხრივ, კრიზისით გამოწვეული სტრესი იწვევს გენერალიზებულ შფოთვით აშლილობას, დეპრესიას, ფსიქოლოგიურ დისტრესს, ძილის დარღვევებსა და პოსტტრავმულ სტრესულ აშლილობას (PTSD) (Rajkumar, 2020; Wang et al., 2020). ამ დროს, მედიამომხმარებლის გონებით ან ქცევით მანიპულირება ყველაზე მარტივია (Gerrig & Zimbardo, 2010).

თანამედროვე სოციალური მედიის მანიპულაციური მექანიზმების დასადგენად, მეორე ეტაპის ემპირიული კვლევისთვის, შეირჩა საქართველოსა და სომხეთში ცნობილი პრორუსული და ანტიდასავლური ონლაინმედიები: Iravunk.com (დანართი N81) და geworld.ge (დანართი N80), რომლებშიც, „CrowdTangle“ პროგრამის გამოყენებით, თარიღობრივი ბიჯის გარდა (საბჭოთა პრესის მსგავსად, თვეში 5 მასალა), ყველაზე ნახვადი პუბლიკაციები ავარჩიეთ. მიგვაჩნია, რომ აღნიშნულ

გვერდებზე მანიპულაციების შესწავლა მკაფიოდ გვიჩვენებს უცხო ქვეყნების მიერ ადგილობრივ ინფორმაციულ სივრცეში ჩარევის მეთოდებს და შესაბამის ნარატივებს.

მიზნის მისაღწევად და საკვლევო კითხვებისთვის არგუმენტირებული პასუხის გასაცემად, ემპირიული კვლევის პროცესში საჭიროა პირველადი და მეორეული ინფორმაციის მიღება, ორგანიზება და ინტერპრეტაცია. დევიდ გილესის მიხედვით (Giles, 2010), ამ ტიპის კვლევისთვის უმჯობესია გამოვიყენოთ თვისებრივი და რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზი მათში ინტეგრირებული „შემთხვევის ანალიზით“, რომლის საშუალებითაც დავაკვირდებით და შევისწავლით საბჭოთა და თანამედროვე მედიაკონტენტს და გამოვყოფთ და დავახარისხებთ მედიამანიპულატორებს. კონტენტ-ანალიზის უტილიზება ხშირია მედიაგზავნილების შესწავლის მიზნით. კვლევის ამ მიდგომას განსაკუთრებით აქტიურად ეყრდნობა მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულება, მის საფუძველს კი კოდირება წარმოადგენს (ტორაძე და მასიაშვილი, 2019).

კოდირებას ფართოდ იყენებს თვისებრივი კვლევა. ეს არის იარაღი, რომლის საშუალებითაც ხდება თვისებრივი მონაცემების გამიჯვნა, კონცეპტუალიზაცია და ერთმანეთთან ახალი გზებით დაკავშირება. ამის შემდეგ გამოიყენება ინტეგრაციის ტექნიკა, რომელიც დაფუძნებულია წინასწარ კოდირებულ თვისებრივ მონაცემებზე (წულაძე, 2020). ჩვენი კვლევის ფარგლებში შეიქმნა კოდირების სახელმძღვანელო, რომელიც დაიტვირთა დეტალური კატეგორიებით. სწორად განხორციელებული კოდირება და, შესაბამისად, ზუსტად შედგენილი ანკეტა დაგვეხმარა რეკომენდაციის ნაწილის ჩამოყალიბებასა და კონკრეტული მანიპულატორების გამოკვეთაში.

იმისათვის, რომ თვისებრივი და რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზის შემდეგ გაჩენილი კითხვებზე დასაბუთებული პასუხები მიგვეღო, მივმართეთ თვისებრივი კვლევის კიდევ ერთ მეთოდს, კერძოდ, სიღრმისეული ინტერვიუს არასტრუქტურირებულ ფორმას. წინა საუკუნის პრესის გავლენების დასადგენად **სიღრმისეული ინტერვიუ** (არასტრუქტურირებული) ჩატარდა ქართულ და სომეხ მედიაექსპერტებთან. სპეციალისტებისაგან მიღებული კომპეტენტური პასუხები დახარისხდა ქვეთავებად, რამაც თვალსაჩინო გახადა მთავარი მიგნებები.

იქიდან გამომდინარე, რომ მანიპულატორების აღმოსაჩენად განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ნარატივების კვლევა, საჭიროდ მივიჩნიეთ თვისებრივი კვლევის

კიდევ ერთი ფორმის, კერძოდ დისკურსის ანალიზის გამოყენება, რომლის დახმარებითაც გამოიკვეთა ანტიდასავლური, ანტიამერიკული, პრორუსული და სხვ. მიმართულებები. ხოლო, ქართულ და სომხურ მედიებში არსებული მთავარი განსხვავებები შედარებითი ანალიზის დახმარებით გავაანალიზეთ.

მულტიდისციპლინური მიდგომის გამოყენებით, კვლევა ემსახურება უფრო ფართო დისკურსს - ციფრულ ეპოქაში ინფორმაციის უსაფრთხოებისა და მთლიანობის დაცვას, ასევე, მიზანს - ხელი შეუწყოს სომხეთსა და საქართველოში ჯანსაღი, თავისუფალი და უცხო ძალების ჩარევისგან დაცლილი მედიის განვითარებას.

თეორიული ჩარჩო

ჩვენ მიერ გაანალიზებული სამეცნიერო ნაშრომები ადასტურებს, რომ მედიამანიპულაციების, მათი პოზიტიური და ნეგატიური გავლენების შესწავლისთვის აუცილებელია მედიაფსიქოლოგიისა და მასკომუნიკაციების თეორიების კომპლექსური გამოყენება. ამდენად, გარდა კვლევის ტრადიციული მეთოდებისა, ნაშრომი დაეყრდნო რამდენიმე რელევანტურ თეორიას, რომელსაც ხშირად მიმართავენ მედიის კვლევისას. კონკრეტულად, მივმართეთ სოციალურ-კოგნიტიურ, ფრეიმინგისა და მაგიური (ჯადოსნური) ტყვიის თეორიებს.

ფრეიმინგის თეორია პირველად გოფმანმა განავითარა და მას ფრეიმის ანალიზი უწოდა. მისი თქმით, ადამიანები გარშემო არსებულ სამყაროს თავიანთი ძირითადი ჩარჩოს/ფრეიმის საშუალებით აღიქვამენ. ფრეიმინგის თეორიის მიხედვით, სწორედ ამ კონკრეტულ ჩარჩოში მიწოდებული ინფორმაცია ახდენს გავლენას ადამიანების აზროვნებაზე (აღქმაზე) და გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე (Goffman, 1974).

მეცნიერები გვთავაზობენ ფრეიმინგის შემდეგ ტექნიკებს: მეტაფორა, ტრადიცია, ლოზუნგი, ჟარგონი, ფრაზა, არტეფაქტი, კონტრასტი და სხვ. ამ ტექნიკებს იყენებს მედია, რათა შექმნას ერთგვარი ჩარჩო ხალხის გონებაში და მისი მეშვეობით აიძულოს ადამიანები, იფიქრონ და აღიქვან ინფორმაცია ისე, როგორც ეს მედიას სურს. ჟურნალისტები და მედიის წარმომადგენლები ამას ზოგჯერ შეგნებულად, ზოგჯერ კი გაუცნობიერებლად, საკუთარ გონებაში არსებული ჩარჩოების მიხედვით აკეთებენ. შესაბამისად, ჩარჩოებს ქმნის არა მხოლოდ მედია,

არამედ, კიდევ უფრო მასშტაბურად, პოლიტიკური, რელიგიური თუ სოციალური ორგანიზაციები და ინსტიტუტები. ფრეიმინგი იყენებს სტერეოტიპებს და ქმნის გონებრივ ფილტრს (Chong, & Druckman, 2007; Giles, 2010; Fairhurst & Sarr, 1996).

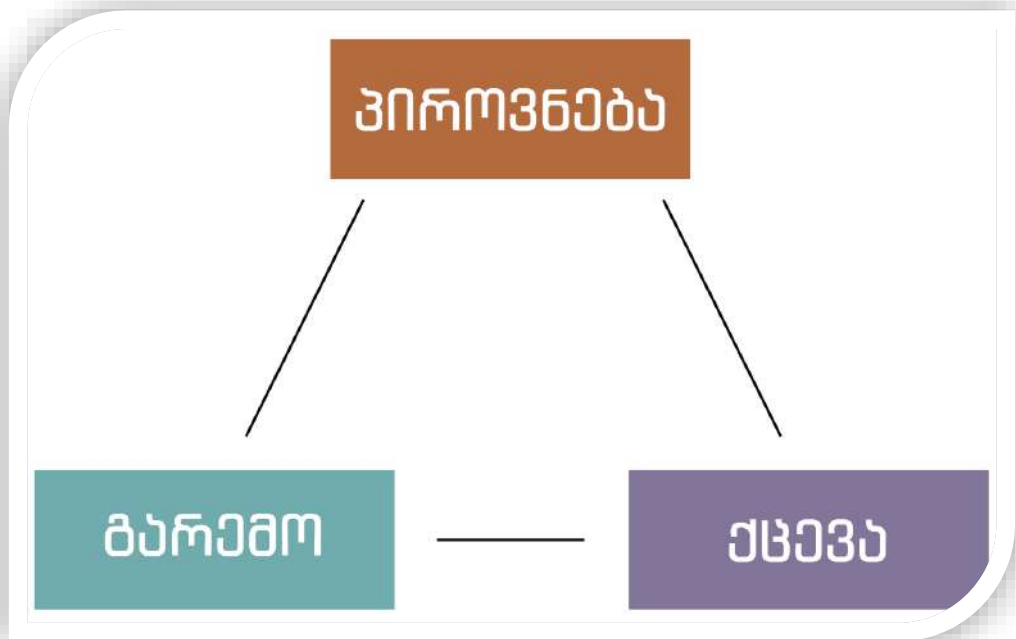
ეს თეორია მრავალი თვალსაზრისით მჭიდროდ არის დაკავშირებული დღის წესრიგის შექმნის თეორიასთან - ორივე მათგანი საუბრობს იმაზე, თუ როგორ მანიპულირებს მედია საზოგადოების ყურადღებით, თუმცა ფრეიმინგი დამატებით გულისხმობს, რომ წარმოდგენილი სიახლეები ქმნის ჩარჩოს ამ ინფორმაციისთვის. როგორც წესი, ეს არის ჟურნალისტების შეგნებული არჩევანი - ამ შემთხვევაში ფრეიმი ეხება მედიის, როგორც "გეითქიფერის" მიერ იდეების, მოვლენებისა და თემების წინასწარი, განსაზღვრული ფორმით წარმოდგენას (Goffman, 1974; Fairhurst, 2005; Fairhurst & Sarr, 1996).

სოციალურ-კოგნიტიური თეორია (Social-Cognitive Theory [SCT]): ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი ფსიქოლოგიური თეორიაა, რომელიც ფართოდ გამოიყენებოდა მედიაკონტენტის გავლენების კვლევისას. იგი წარმოიშვა ქცევის ფსიქოლოგიაში, რომელიც ფოკუსირებულია სტიმულსა და პასუხს შორის ურთიერთობაზე (S-R). იგი, ძირითადად, 60-იან წლებში განავითარეს სოციალურმა ფსიქოლოგმა ალბერტ ბანდურამ და მისმა კოლეგებმა (Bandura, Ross & Ross, 1961, 1963). ამ თეორიის მიხედვით, ადამიანი ქცევის თავისებურებებს სხვებზე დაკვირვებით სწავლობს - ვუყურებთ, როგორ იქცევიან სხვები და ვბაძავთ მათ. აქ მედიის მნიშვნელოვანი როლი კარგად ჩანს, რადგან მედიაკონტენტში ნაჩვენები მაგალითები დასწავლის წყარო ხდება. იმისათვის, რომ სოციალურ-კოგნიტიური თეორია ამოქმედდეს, მედიამ ჯერ მაყურებლის ყურადღება უნდა მიიპყროს - ამ პროცესში კი აქტიურად იყენებს მანიპულაციებს (Logan et al, 2018). შემდეგ, ადამიანმა უნდა დაიმახსოვროს ქცევის ნაჩვენები მოდელი და აქტიურად დაიწყოს მასზე ფიქრი („კოგნიტიური განმეორებითი ყურება“). დაბოლოს, საუკეთესო ეფექტისათვის, ინდივიდს უნდა ჰქონდეს გარკვეული მოქმედებების შესასრულებლად საჭირო განათლება, მოტორული უნარები და მოტივაცია. ჰარისის მიხედვით (2002), ეს თეორია თავდაპირველად მედიის ძალადობრივი ანუ ნეგატიური ზემოქმედების ქცევითი ეფექტების კვლევის კონტექსტში შეიქმნა. მიუხედავად იმისა, რომ ეს თეორია სრულყოფილად არის შესწავლილი, ის შეიძლება გამოყენებულ იქნას

პროსოციალური ქცევის კვლევაშიც (Harris, 2002).

ადრე ამ თეორიას სოციალური დასწავლის თეორიად მოიხსენიებდნენ. თეორია ცხადყოფს, რომ გარემოს და, განსაკუთრებით, მედიას, დიდი გავლენა აქვს ადამიანზე - მის ჩამოყალიბებაზე (Gerrig & Zimbardo, 2010, გვ. 581). ამ იდეით შეპყრობილმა ცნობილმა ფსიქოლოგმა - ალფრედ ბანდურამ ფსიქოლოგიაში უმნიშვნელოვანესი ცნება - რეციპროკული დეტერმინიზმი შემოიტანა. ეს მოდელი სამ რგოლს მოიცავს - გარემოს, პიროვნებასა და პიროვნების ქცევას, რომლებიც პირდაპირ კავშირშია ერთმანეთთან.

1) ფოტო N1: რეციპროკული დეტერმინიზმის მოდელი



ჩვენი კვლევის ჭრილში „გარემო“ შეგვიძლია ჩავანაცვლოთ მედიუმით, რომელსაც თავისი დადებითი ან უარყოფითი ეფექტი აქვს ინდივიდზე, მის ქცევასა და აზროვნებაზე.

აღსანიშნავია, რომ ჩვენ მიერ გაანალიზებული ნაშრომების უმეტესობაში მანიპულაციური მექანიზმების გამოყენების მთავარ მიზნად ინდივიდების ქცევაზე ზეგავლენა სახელდება, რაც პირდაპირ კავშირშია ჩვენ მიერ შერჩეულ თეორიასთან. სოციალურ-კოგნიტიური თეორია „განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს ქცევის სოციალურ მიზეზებს და კოგნიტიური პროცესების არსს ადამიანის ფუნქციონირების ყველა ასპექტში, იქნება ეს მოტივაცია, ემოცია თუ

ქმედება“ (ლექსიკონი-ცნობარი სოციალურ მეცნიერებებში, 2016, III აზნატი).

ამასთანავე, მივმართავთ მაგიური (ჯადოსნური) ტყვიის თეორიას, **ცნობილს „ჰიპოდერმიული ნემსის“** თეორიის სახელით, რომელიც გულისხმობს, რომ მედიის გზავნილები „მედიის თოფიდან“ მაყურებლისაკენ გასროლილი ტყვიაა (Berger, 1995). უნდა ითქვას, რომ ამ თეორიის გამოყენება და მორგება მანიპულაციური მექანიზმების კვლევის მიმართულებაზე ერთგვარი სიახლეა. გარკვეული დროის განმავლობაში ამ თეორიის რელევანტურობას ეჭვქვეშ აყენებდნენ, რადგან საჭირო იყო თანამედროვე მედიაგარემოსადმი მისი შესაბამისობის ჩვენება, თუმცა დღეს უკვე არაერთი მედიამკვლევარი აღნიშნავს, რომ 1930-იან წლებსა და თანამედროვე ციფრულ ეპოქას შორის არსებული განსხვავებები მაგიური ტყვიის თეორიის მნიშვნელობას კიდევ უფრო კარგად წარმოაჩენს, ვინაიდან 1930-იან წლებში ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა შეზღუდული იყო, ამჟამინდელ ციფრულ დროში კი უამრავ ადამიანს მიუწვდება ხელი მედიაკონტენტზე ლეპტოპების, iPod-ების და მობილური ტელეფონების მეშვეობით (Rosenberry & Vicker, 2021).

1940-იან წლებში პოლ ფელიქს ლაზარსფელდმა, ჰეზელ გოდეტმა და ბერნარ ბერელსონმა აღნიშნული თეორია ეჭვქვეშ დააყენეს. მეცნიერებმა 1940 წელს, აშშ-ს საპრეზიდენტო არჩევნების კვლევის პროცესში, ჰიპოდერმიული ნემსის თეორია გამოიყენეს (Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1948). მათ გააანალიზეს ურთიერთობა პოლიტიკურ ძალასა და მედიას შორის და აღმოაჩინეს, რომ ინტერპერსონალური კომუნიკაციები უფრო ძლიერი იყო ვიდრე რუზველტის მედიაპროპაგანდა, რაც იმას ნიშნავდა, რომ მაგიური (ჯადოსნური) ტყვიის თეორიამ ამ ჭრილში არ გაამართლა - კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ ამომრჩევლები არ იყვნენ რუზველტის საარჩევნო პროპაგანდის „გულუბრყვილო“ სამიზნეები. თუმცა, თანამედროვე მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ დღევანდელმა რეალობამ, რომელიც ბევრად განსხვავდება მე-20 საუკუნისგან, ძლიერ შეცვალა ამ თეორიის გამოყენების პრინციპი (Perera, 2022).

მეცნიერები კვლევაში „Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age“ ამტკიცებენ, რომ თეორია რელევანტურია სოციალური მედიის ჭრილში, რომელსაც სპეციფიკური მანიპულატორები ახასიათებს. მკვლევრები რეკომენდაციის სახით ამბობენ, რომ აუცილებელია შემდგომი კვლევები ჩატარდეს მაგიური ტყვიის თეორიაზე დაყრდნობით, რათა დადგინდეს ამ თეორიის შესაბამისობა ციფრულ

ეპოქასთან იმ პოსტულატის საწინააღმდეგოდ, რომ ეს თეორია აღარ არის აქტუალური თანამედროვე საზოგადოებაში (Nwabueze & Okonkwo, 2018).

გრიფინის და მაკჟუილის მიხედვით, თეორია ამტკიცებს, რომ მედია (ნემსი) გზავნილს უშვებს აუდიტორიის გონებაში, რაც აუდიტორიის ქცევასა და ფსიქიკაში ცვლილებებს იწვევს. ამრიგად, ეს თეორია მასმედიის აუდიტორიის წევრებს პასიურად წარმოაჩენს. აქედან გამომდინარე, მიიჩნევა, რომ მედიის დამაჯერებელ კონტენტს სასურველი ცვლილებები შეაქვს სამიზნე აუდიტორიის ქცევასა და დამოკიდებულებაში (Griffin, 2000; McQuail, 2005).

"ჰიპოდერმიული ნემსის მოდელიც" იმავე "სროლის" პარადიგმას იყენებს. იგულისხმება, რომ მედიამ გამიზნული ინფორმაცია პასიურ აუდიტორიაში "ნემსით" უნდა შეიყვანოს (Croteau & Hoynes, 1997). შესაბამისად, თუ თეორიას სოციალური მედიის ჭრილში გავანალიზებთ, ნემსის როლს ციფრული მანიპულატორები და ინფორმაციის გავრცელების სხვა მექანიზმები ასრულებენ.

მიგვაჩნია, რომ ჩვენს საკვლევ თემას სწორად მიესადაგება თითოეული ეს თეორია და, შესაბამისად, მათი კომპლექსური, კომპოზიტური გამოყენება სამირკველი იქნება რელევანტური პასუხების მიღების პროცესისთვის. ფრეიმინგის თეორია დაგვეხმარება, გამოვკვეთოთ ის მესიჯები, რომლებსაც მედია მანიპულატორების სახით იყენებს, მაგიური (ჯადოსნური) ტყვიის თეორია გვიჩვენებს, თუ როგორ აღწევს ეს კონკრეტული მესიჯი აუდიტორიამდე, სოციალურ-კოგნიტიური თეორიის საშუალებით კი გავიგებთ არსებული გავლენა ნეგატიურია თუ პოზიტიური.

კვლევის ეტიკა სრულად იყო დაცული. იქიდან გამომდინარე, რომ თვისებრივი და რაოდენობრივი შედეგების გამტკიცებისთვის უცხოელ, სომეხ და ქართველ ექსპერტებთან სიღრმისეული ინტერვიუები ჩავატარეთ, დაგვჭირდა მათთან როგორც ონლაინ, ასევე პირისპირ და მიმოწერის საშუალებით გასაუბრება. თითოეული რესპონდენტი ინფორმირებული იყო, რომ მათი მოსაზრებები გაანალიზდებოდა სადისერტაციო ნაშრომში, რაზეც თანხმობა განაცხადეს. მათ ინტერვიუს მიმდინარეობისას განემარტათ, რომ ნაშრომის ბოლოს, დანართის სახით, ექსპერტების სია გამოქვეყნდებოდა, თუმცა ანალიზის პროცესში კონკრეტული მოსაზრების ავტორი არ გამოჩნდებოდა. ამ მიღებული პრაქტიკის გამოყენებით,

კვლევა და სიღრმისეული ინტერვიუს თავი მეტად დინამიკური და ეთიკური გახდა.

კვლევის შეზღუდვების შესახებ უნდა ითქვას, რომ, როგორც ტრანსფორმაციების კვლევის ყველა მიმართულებაში, აქაც გამოიკვეთა ორი მთავარი კომპონენტი: დიაქრონულობა და რესპონდენტთა ხელმისაწვდომობა. იქიდან გამომდინარე, რომ მოგვიწია ცივი ომის პერიოდის (1962, 1964, 1969) ქართული და სომხური პრესის ანალიზი, საჭირო იყო ამ წლების არქივის მოძიება და ისტორიულ წინაპირობათა საფუძვლიანად გაანალიზება. რაც შეეხება სომეხი და უცხოელი ექსპერტების ჩართულობის უზრუნველყოფას, აუცილებელი გახდა ვიზიტი სომხეთში და ონლაინ გასაუბრება ან/და მიმოწერა სხვა უცხოელ სპეციალისტებთან. თუმცა, ნიშანდობლივია, რომ ამით კვლევის ხარისხი და სანდოობა არ დაკნინებულა.

ზემოთ აღნიშნული სირთულებიდან გამომდინარე, კვლევის **სანდოობისა და ვალიდურობის** უზრუნველყოფისთვის, რამდენიმე კომპონენტია დაკმაყოფილებული. უნდა ითქვას, რომ დეტალურად არის გამოყოფილი თითოეული ეტაპი, განსაკუთრებით კი მონაცემთა მოძიების და დახარისხების ნაწილში; დასაბუთებულია კვლევის მეთოდოლოგია, ასევე მონაცემთა შეგროვების ყველა იარაღი და ტექნიკა, მათ შორის გაანალიზებულია თეორიების შესაბამისობა საკითხთან. ძირითადი რაოდენობრივი და თვისებრივი შედეგები წარმოდგენილია მარტივად - ცხრილების სახით, რაც მონაცემებს ხელმისაწვდომს და ნათელს ხდის ყველასთვის. კოდირების და, სპეციალური, „ზადე ცხრილების“ დახმარებით დეტალურადაა აღწერილი, რა ტიპის მონაცემებია კვლევისთვის შეგროვებული.

დასაბუთებულია რესპონდენტების შერჩევის პრინციპიც. იქიდან გამომდინარე, რომ თვისებრივი კვლევა და, განსაკუთრებით, სიღრმისეული ინტერვიუ, ნაწილობრივ სუბიექტური მეთოდებია, რესპონდენტების მოსაზრებები და კვლევის პროცესში გაჩენილი სხვა შეხედულებები გადამოწმდა იმავე დარგის სხვა ექსპერტთან (მონაცემთა ტრიანგულაცია), რადგან ამ კვლევაში მსგავსი პოზიციის მქონე როგორც ქართველი, ისე სომეხი ექსპერტები არიან ჩართულები. გარდა ამისა, კვლევაში მონაწილეობდნენ ევროპელი ექსპერტებიც.

მოცემული ნაშრომის სტრუქტურა შემდეგია: ნაშრომი დაყოფილია ექვს ძირითად თავად. პირველ თავში სიღრმისეულად გაანალიზებულია საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების ძალა ისტორიულ ჭრილში. კვლევის ეს

ნაწილი დაყოფილია ქვეთავებად და მოიცავს მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაციის პერიპეტიებს ძველი დროიდან თანამედროვეობამდე. თავში წარმოდგენილია საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების შესახებ არსებული აკადემიური ლიტერატურა, რომელიც სისტემურად და კრიტიკულადაა მიმოხილული, ასევე გამოყოფილია მნიშვნელოვანი ფაქტორები, რომლებიც აძლიერებს კვლევის აქტუალობას და ეხმიანება მთავარ მიზანს. ამავე თავშია წარმოდგენილი თემის შესწავლის უახლესი მიდგომები, ლიტერატურა და თანამედროვე კვლევები მანიპულაციების შესწავლის აუცილებლობაზე.

მეორე თავში აღწერილია მედიამანიპულაციის ტაქსონომია, რომელშიც საკვანძოა ქვეთავი - „ფსიქოლოგიური მანიპულაციის ტიპოლოგია გაანალიზებული პუბლიკაციების მიხედვით - ავტორის ინტერპრეტაცია“. ამ ნაწილში ჩნდება მანიპულაციების კვლევის მატრიცა, საკვლევი ჩარჩო, რომელიც ეყრდნობა გაანალიზებულ ლიტერატურას და არის პირველი დამხმარე მექანიზმი სამომავლო კვლევებისთვის. ამავე თავში გაანალიზებული და ინტერპრეტირებულია არსებული საბაზისო მანიპულაციები, შემოთავაზებულია მათი ახალი კლასიფიკაცია, რომელიც სახეცვლილია მედიის კონტექსტში.

მესამე თავში გაანალიზებულია პირველი, საბაზისო ეტაპის დროს მიღებული ზოგადი რაოდენობრივი და თვისებრივი შედეგები. მიმოხილულია ცივი ომის პირობებში საქართველოსა და სომხეთის საბჭოთა პრესა (გაზეთი „კომუნისტი“ და „სოვეტაკაინ ჰაიასტანი“) 1962, 1964 და 1969 წლებში. ამ თავში დიაგრამების და ცხრილების გაანალიზებით წარმოდგენილია ძირითადი მიგნებები და მოსაზრებები, რომლებიც კვლევის კითხვებს უპასუხებს. ასევე გვხვდება თითოეული წლის და ქვეყნის მიხედვით შექმნილი ბლოკები, რომლებშიც მკაფიოდ ჩანს ძირითადი რიტორიკა, მანიპულაციის ობიექტი და მანიპულაციის მექანიზმი. აღნიშნული თავი არის კვლევის ერთ-ერთი საფუძველი და მასში ჩნდება კვლევის მთავარი შედეგების სილუეტი.

ცალკე, მეოთხე თავად არის წარმოდგენილი შედარებითი ანალიზი - გაზეთების ძირეული განსხვავებები, რომელშიც, რაოდენობრივ შედეგებზე დაყრდნობით, წინ არის წამოწეული საკვანძო განსხვავებები. ამავე თავში, დასკვნით ქვეთავად არის ჩამოყალიბებული კვლევის ერთ-ერთი მიგნება - ფსევდო-

პოზიტივით მანიპულირება საბჭოთა პერიოდში.

კვლევის მეხუთე თავი ეძღვნება თანამედროვე ციფრული ეპოქის (Iravunk.com და geworld.ge) ანალიზს, კერძოდ, 2020 წლის პანდემიიდან 2023 წლამდე პერიოდს, ასევე მოიცავს რუსეთ-უკრაინის და აზერბაიჯან-სომხეთის ომებს. აღნიშნულ თავში, მესამე თავის იდენტურად, ის მთავარი მანიპულაციური მექანიზმები და მათი მკვებავი მეტა-ნარატივებია განხილული, რომელთა საშუალებითაც თანამედროვე მედიუმში საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება ხდება. ამავე თავში ჯამდება მანიპულაციების ტიპოლოგია და წარმოდგენილია მანიპულაციური მექანიზმების უნიკალური ტაქსონომია.

მეექვსე თავი აჯამებს ექსპერტების სიღრმისეულ ინტერვიუებს. იგი სტრუქტურირებულია ქვეთავების მიხედვით და საფუძვლიანად უპასუხებს კვლევის კითხვებს. თავში ახსნილია გაზეთებს შორის არსებული ძირითადი განსხვავებების მიზეზები, ასევე გარე ძალების მხრიდან ინფორმაციით მანიპულირების და მედიაკონტენტში ჩარევის გავლენები ქვეყანაზე. ამავე თავის ბოლოს, ექსპერტების მოსაზრებებზე დაყრდნობით, ცრუ-პოზიტივი უკვე გაანალიზებულია, როგორც ახალი მანიპულატორი და ხაზგასმულია მისი ხასიათი, ტიპოლოგია და ბმა შერჩეულ თეორიებთან.

ნაშრომის ბოლოს წარმოდგენილია ტრანსფორმაცია და დასკვნა, რომელიც აჯამებს ძირითად შედეგებს და უპასუხებს საკვლევ კითხვებს. მას მოსდევს ბიბლიოგრაფია და 75 დანართი. უნდა ითქვას, რომ კვლევის ფარგლებში გაანალიზებული პუბლიკაციების დასაარქივებლად შექმნილია 2 დოკუმენტი (სომხური და ქართული), რომელიც კვლევას არ ერთვის დანართის სახით მისი ზომის და კონტენტის გამო, თუმცა, ინტერესის შემთხვევაში, ავტორი წარუდგენს მათ კომისიას.

თავი I: საზოგადოების აზრით მანიპულირების ძალა: ისტორიული პერიპეტები

ამერიკელი პოეტი და ნოველისტი ედგარ ალან პო ცნობილ ინგლისელ მოაზროვნეზე - ჯონ ლოკიზე ამბობდა, რომ „რასაც ის წერს, ნათელი მაგალითია ჩამალული მიზნების და ზრახვებისა...“

ანტიკური ფილოსოფოსების ნაშრომების კრიტიკული მიმოხილვა ცხადყოფს, რომ მანიპულაცია უძველესი იმპერიების ყველაზე მნიშვნელოვანი და ეფექტიანი იარაღი იყო მოსახლეობის დასამორჩილებლად და მტრების დასამარცხებლად. ცნობილი მწერალი მიკა ჰენქსი თავის სტატიაში - „პროპაგანდა ძველ სამყაროში“ - წერს: რომელი მშენებლები ანტონინეს კედელზე გამოქანდაკებულ რელიეფურ ფიგურებს პროპაგანდის ინსტრუმენტებად იყენებდნენ, რათა ადგილობრივი შოტლანდიური ტომებისათვის რომის უპირატესობა ეჩვენებინათ. ახ.წ. II საუკუნეში, მშენებლობის დასრულების შემდგომ, კედელს პერიოდულად ემატებოდა რომის არმიის წარმატებებისა და დიდების ამსახველი სკულპტურული ბლოკები (O'Brien, 1918).

საზოგადოებრივი აზრით მანიპულაციისა და პროპაგანდის შემთხვევები ასევე გვხვდება ძველ საბერძნეთში, მაკედონიასა და სპარსეთში. კერძოდ, ალექსანდრე მაკედონელი ხშირად მიმართავდა მანიპულაციურ ტაქტიკებს 300-იანი წლების დასაწყისში საკუთარი თავის „გაღმერთებისა“ და ყოვლისშემძლე ზევსის ვაჟად წარმოჩინებისათვის. ალექსანდრემ შექმნა ვალუტა და აღმართა არქიტექტურული ძეგლები, რომლებიც ხაზს უსვამდნენ მის აღმატებულებას. მანვე შეცვალა ძლევა მოსილი ჰერკულესის ყველა გამოსახულება საკუთარი თავის ანალოგიით.

1982 წელს უილიამ კელი სიმპსონი ესეში - „ეგვიპტური ქანდაკება და ორგანოზომილებიანი წარმოდგენა, როგორც პროპაგანდა“ - განიხილავს ადრეული ეგვიპტური ხელოვნების ამკარად პროპაგანდისტულ და მანიპულაციურ ბუნებას, განსაკუთრებით ფარაონების გამოსახულებებში: „თავისთავად ცხადია და თითქმის საყოველთაოდ ჩანს, რომ ეგვიპტური ხელოვნება ბევრ კატეგორიაში პროპაგანდისტულია. ქანდაკება, რელიეფური ნახატები და დეკორატიული ხელოვნების ნებისმიერი ელემენტი შეიძლება ავრცელებდეს მესიჯებს და ცდილობდეს, გავლენა მოახდინოს მნახველის დამოკიდებულებასა და აზროვნებაზე.“

მაგალითად, მჯდომარე რამზეს მეორეს ქანდაკებები რამზესისა და ეგვიპტის ძალაუფლების დემონსტრაციას ემსახურება (Hanks, 2018; Simpson, 1982).

მედიითა და ინფორმაციით მანიპულაციის მცდელობა სიახლეს ნამდვილად არ წარმოადგენს. ინგლისის სამეფო ოჯახმა პრესის საშუალებით საკუთარი გზავნილების გავრცელების სარგებელი ჯერ კიდევ 1486 წელს გააცნობიერა. კონკრეტულად კი, ჰენრი VII-მ ახალ სტამბას ტახტზე გარკვეულწილად საორჭოფო პრეტენზიის საზოგადოებისათვის გასაცნობად მიმართა (Stephens, 2007).

უკვე 1958 წელს პაკარდმა გამოიყენა ტერმინი „ზღურბლის ეფექტი“, რომელიც აღწერდა მანიპულატორთა მხრიდან პროპაგანდის ახალ მცდელობებს. ეს მცდელობები „შეტყობინებას აწვდიდნენ იმ ადამიანებს, რომლებმაც „გადალახეს“ რეკლამისა და მანიპულაციების დაცვის სისტემა“ (გვ. 42). მოგვიანებით, ეს პრაქტიკა საყოველთაოდ ცნობილი გახდა, როგორც „სუბლიმინალური რეკლამა, რომელიც მოიცავდა დაბალი დონის ანუ მარტივ სიტყვიერ ან ვიზუალურ შეტყობინებებს. ამგვარი ტაქტიკა აგრძნობინებდა მყიდველს, რომ ის მანიპულაციის ანკესზე არ წამოეგებოდა“ (Lears, 1994). მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობდა რეალური მტკიცებულება, რომელიც სუბლიმინალური რეკლამის ფართო მასშტაბით გავრცელებაზე მიუთითებდა, ამ თეორიამ საზოგადოების აღშფოთება გამოიწვია. საპასუხოდ, სარეკლამო ინდუსტრიის მიხედვით, კრიტიკოსები ამგვარი მანიპულაციის შესახებ საუბრით, უბრალოდ, საზოგადოების პარანოიას ასაზრდოებდნენ. თუმცა, საზოგადოების შეშფოთება სარკესავით ირეკლავდა 1950-იანი წლების სოციალურ და კულტურულ მდგომარეობას და ცივი ომის დაძაბულობას.

მე-20 საუკუნის დასაწყისში ამერიკის შეერთებულ შტატებშიც დაიწყო ღელვა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მზარდი პოტენციალის გამო - მათ გაიაზრეს, რომ მედიას შეეძლო ადამიანების ემოციებითა და ქცევებით მანიპულირება. შესაბამისად, ამ შფოთვის ფონზე, ევროპელი ფილოსოფოსების „მასობრივი საზოგადოების“ თეორიებმა განსხვავებული ფორმა მიიღო. ჯ. მაიკლ სპროულის მნიშვნელოვანი რევიზიონისტული ნაშრომი (1987, 1989, 1991, 1997) სასარგებლო მიმოხილვას გვაძლევს იმის შესახებ, თუ როგორ გაჩნდა „პროპაგანდა და ამერიკული იდეოლოგიური კრიტიკა“ (Sproule, 1987).

ჯერ კიდევ 1927 წელს ლასველი წერდა, რომ საზოგადოების მანიპულირება შესაძლებელი იყო, რადგან ინდივიდები უფრო მეტად რეაგირებდნენ ემოციურ იმპულსებზე, ვიდრე ანალიტიკურ განცხადებებზე (Lasswell, 1927). ამიტომ, როდესაც მასობრივი კომუნიკაციის ფორმები სხვადასხვა პოლიტიკური ძალის ინსტიტუციური სტრუქტურის ერთეულები გახდნენ, ინფორმაციით მანიპულირების ოსტატობის გამოყენებაც აუცილებელი გახდა.

მასობრივი კომუნიკაციის თითოეულ ძირითად ფორმას, რომელიც წარმოიშვა მე-19 და მე-20 საუკუნეებში, გააჩნდა ძლიერი და სუსტი მხარეები. მათი გამაერთიანებელი იყო თითოეულის უნარი – დაემყარებინათ საზოგადოებასთან პირდაპირი კონტაქტი ისე, რომ გვერდი აევლოთ ტრადიციული სოციალიზაციის ინსტიტუციებისთვის, როგორებიცაა ეკლესია, სკოლა, ოჯახი და პოლიტიკური სისტემა. ამ ისტორიულად უნიკალური და კრიტიკულად მნიშვნელოვანი მახასიათებლის გამო ეშინოდათ მედიის მათ, ვინც საზოგადოების მორალური კეთილდღეობით იყო დაინტერესებული, თუმცა მიესალმებოდნენ ისინი, ვინც ცდილობდა ამ „პირდაპირი კონტაქტის“ გამოყენებას საკუთარი ზრახვებისთვის – იქნებოდა ეს რეკლამა პროდუქტის პოპულარიზაციისთვის თუ პოლიტიკოსი, რომელიც „ყიდდა“ პოლიტიკას (Lears, 1994; O'Brien, 1918).

მე-20 საუკუნე შეგვიძლია თავისუფლად მოვიხსენიოთ პერიოდად, როდესაც ადამიანებზე მანიპულირების თეორიები და დოქტრინები ყველაზე აქტიურად ვითარდებოდა. თუმცა, რაღა თქმა უნდა, ყოველივე ამის საფუძველს წარმოადგენდა საუკუნეების განმავლობაში დაგროვებული „ცოდნა“, რომელიც კაცობრიობის განვითარების ყველა ეტაპზე გამოიყენებოდა ინდივიდებზე, საზოგადოებებზე, ერებსა თუ ქვეყნებზე მიზანმიმართული ზეგავლენის მოსახდენად (Moore, 2020).

ძველი ფრანგული საზოგადოების განადგურების ქაოსში გამოჩნდა „კაცი თეთრ ცხენზე“ - ნაპოლეონ ბონაპარტი, რომელიც ისტორიაში პროპაგანდის და მანიპულირების ერთ-ერთ უდიდეს ოსტატად შეიძლება მივიჩნიოთ. მან დაინახა და აღიარა სიმბოლოებით მანიპულირების ძალა. ნაპოლეონმა ჯერ კიდევ არმიის ოფიცრობის პერიოდში ისწავლა საკუთარი გამარჯვებების საკადრისად განდიდების, ხოლო წარუმატებლობის სხვეებზე გადაბრალეების მომგებიანი ხელოვნება. კეისრის მსგავსად, ის წერდა კმაყოფილების წერილებს თავისი სამხედრო მოქმედებების

შესახებ და შედეგად, იქმნიდა გამბედავი მეთაურის იმიჯს. ნაპოლეონი თანამედროვე პროპაგანდისტთა შორის პირველი იყო, რომელმაც გააცნობიერა, რომ აუცილებელი იყო მოსახლეობის დარწმუნება მათი უფლებების ნაკლებ მნიშვნელობასა და იმპერატორისა და ქვეყნისთვის სიცოცხლის გაწირვის სურვილის სიდიადეში. ამგვარად, მას შეეძლო შეეკრიბა დიდი, პოპულისტური ჯარი გადამწყვეტ დროსაც კი (Jowett & Houston, 2012).

საუკუნეების განმავლობაში მმართველი კლასები სრულად მაინც ვერ აღიქვამდნენ საზოგადოებრივი აზრის მნიშვნელობას. თუმცა, ლუდოვიკო XVI-ის მეფობის პერიოდში ვერსალის სასახლის მდიდრულ დარბაზებში ეს ხშირი სასაუბრო თემა გახდა. კორონაციამდე ცოტა ხნით ადრე ლუდოვიკო XVI-მ თქვა: „ყოველთვის უნდა გავითვალისწინო საზოგადოების აზრი; ეს არასდროს არის შეცდომა“. მან მალევე აღმოაჩინა, რომ მოდიოდა დრო, როდესაც სწორედ ხალხის ძალის უნდა შეშინებოდათ მმართველ პირებს, რადგან საზოგადოება წყვეტდა ყველაფერს (Melton, 2001).

იმ პერიოდში დაიწყო საუბრები აზრის „ფორმირების მექანიზმზე“. ამ თემაზე აქტიურად მსჯელობდა მეცხრამეტე საუკუნის ფრანგი სოციოლოგების წარმომადგენელი გაბრიელ ტარდეც, მაგრამ, „საზოგადოებრივი აზრის არსებობა“, მისივე მტკიცებით, შეუძლებელი იყო კომუნიკაციური რევოლუციის გარეშე (Tarde, 2010).

საკომუნიკაციო არხთა შორის პრესას ყოველთვის ყველაზე მეტი მნიშვნელობა ენიჭებოდა. მეოცე საუკუნის დასაწყისში გერმანიასა და ინგლისში იაფფასიანი გაზეთების, ჟურნალებისა და წიგნების მასობრივი წარმოება დაიწყო. 1914 წელს, კაიოს სასამართლო პროცესის დროს, პარიზში უკვე 57 გაზეთი გამოდიოდა და პრაქტიკულად ყველა ზრდასრულ ფრანგს შეეძლო მათი ყიდვა. გერმანიაში 420-ზე მეტი ყოველდღიური და ყოველკვირეული გაზეთი იყო. ბრიტანეთში, სადაც წიგნიერების ძალიან მაღალ დონეს შევხვდებოდით, დეპუტატები შიშობდნენ, რომ მათ ხალხის ხმად ქცეული პრესა ჩამოართმევდა მმართველობის სადავეებს. ტარდე ამბობდა, „საკმარისია ერთი კალამი მილიონობით ენის გასაერთიანებლად“ (Tarde, 2010; Berenson, 1992).

შესაბამისად, ოფიციალურმა პირებმა (მმართველმა ძალებმა) პრესაში დაინახეს

საზოგადოებრივი აზრის შეფასებისა და ფორმირების საშუალება და მთავრობის წარმომადგენლები ხშირად ურთიერთობდნენ ჟურნალისტებთან ახალი ამბების მანიპულირების იმედით. ამის გამო განსაკუთრებით დაახლოვდნენ რუსი დიპლომატები და ჟურნალისტები, ხოლო საფრანგეთში საზღვარი პოლიტიკოსსა და ჟურნალისტს შორის თითქმის არ არსებობდა - მესამე რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა მინისტრების თითქმის ნახევარი მწერლები ან ჟურნალისტები იყვნენ (Berenson, 1992).

ჟურნალისტური სტანდარტების ნაკლებობამ და პრესასა და ხელისუფლებას შორის ზღვრის გაქრობამ უხეში პროპაგანდის პირველ ეტაპს ჩაუყარა საფუძველი. ჩინოვნიკებმა განცხადებების მანიპულაცია და ფაქტების დამალვა დაიწყეს. როგორც ერთმა ბრიტანელმა დიპლომატმა აღნიშნა: „გვიწევდა სიმართლის დამალვა და დროდადრო ზეწოლასაც მივმართავდით საზოგადოებრივი აზრის შესაცვლელად“. არტურ ბულარდი თავის ცნობილ წიგნში წერს, რომ 1905 წელს მანიპულირება და კონტრმანიპულაცია უკვე შეუჩერებელი იყო (Bullard, 1919). ამ ფენომენის შემდგომ განვითარებასა და გავლენებზე წერდა ჰაროლდ ლასველიც. მისი მიხედვით, პროპაგანდა მოიაზრებდა კოლექტიური დამოკიდებულებების მართვას შესაბამისი მანიპულაციით. შესაბამისად, ჯერ კიდევ ამ პროცესის დასაწყისში, მეცნიერები აღნიშნავდნენ, რომ ის, ფაქტობრივად, გავლენის მოპოვების ყველა ასპექტში გამოიყენებოდა (Bernays, 1928; Lasswell, 1951). საინტერესოა, რომ კონტრმანიპულაციის ფენომენზე უკვე მე-20 საუკუნის დასაწყისში ალაპარაკდნენ, თუმცა დღეს ეს მოვლენა ნაკლებად შესწავლილია, რადგან ზღვარი მანიპულაციასა და კონტრმანიპულაციას შორის უკვე შეუმჩნეველია.

მართლაც, საუკუნეების განმავლობაში, მრავალი მსოფლიო ლიდერი აღიარებდა მედიის დახმარებით საზოგადოებისთვის დღის წესრიგის დადგენის მნიშვნელობას. ამ პრაქტიკაში გამონაკლისი არც ამერიკის პრეზიდენტები იყვნენ. რიჩარდ ნიქსონმა და მისმა შტაბის უფროსმა ჰ. რ. ჰალდემანმა თეთრი სახლის პირველი საკომუნიკაციო ოფისი „პრეზიდენტის საჯარო იმიჯის ჩამოყალიბების მიზნით“ შექმნეს (McLuhan et al, 1987). ნიქსონი, ფაქტობრივად, მედიის მანიპულაციის ტაქტიკის პიონერი იყო: „ჟურნალისტების დაშინება, თეთრი სახლისაგან რეპორტიორების ჩამოშორება, ღონისძიებების დადგმა

ტელევიზიისთვის – ახლა უკვე გავრცელებული საპრეზიდენტო პრაქტიკა – თავდაპირველად ნიქსონის ტაქტიკა იყო“ (McLuhan et al, 1987, პუნქტი 2). 2016 წლისთვის მედიით მანიპულირება - უკვე ჩვეულებრივი მოვლენა - სულ უფრო სტრატეგიული ხასიათისა გახდა. The Economist-მა ამ ფენომენს „პოსტ-ჭეშმარიტების პოლიტიკა“ უწოდა შემდეგი განმარტებით: „დაყრდნობა მტკიცებულებებზე, რომლებიც „ნამდვილს გვანან“, მაგრამ არ გააჩნიათ ფაქტობრივი საფუძველი“ („Art of the lie“, 2016, პარაგრაფი 2). „პოსტ-ჭეშმარიტების პოლიტიკის“ ევოლუციამ გარდაქმნა დღის წესრიგის დადგენის თეორია, რომელიც შემუშავებული იყო მაქსველ მაკკომბსის და დონალდ შოუს მიერ (1974). მათი კვლევა აჩვენებდა, რომ შესაძლებელი იყო მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მიერ დღის წესრიგის დადგენა. სწორედ ეს დღის წესრიგი განსაზღვრავდა, თუ რას იფიქრებდა და რაზე გაამახვილებდა ყურადღებას საზოგადოება, რადგან „ჩვენ მნიშვნელოვნად ვთვლით იმას, რასაც მედია აფასებს მნიშვნელოვნად“ (McCombs & Shaw, 1974, გვ. 28). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ჟურნალისტებს ჰქონდათ ძალა და გავლენა, გაეზარდათ გარკვეული საკითხების მნიშვნელობა და ხილვადობა. უკვე წლების შემდეგ პოლიტიკოსებმა და სხვა ძალებმა აღმოაჩინეს, რომ სოციალური მედია მათ საშუალებას აძლევს, თავად დაადგინონ დღის წესრიგი.

შესაბამისად, თავისუფლად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საზოგადოებრივი აზრის მაკონტროლებლის, ანუ მანიპულატორების ყურადღება განსაკუთრებით მიიპყრო და სასარგებლოდ გამოიყენა პოლიტიკურმა საზოგადოებამ. ეპოქაში, როდესაც რეკლამირების ახალ მეთოდებს დაემატა რევოლუციური მიღწევები კომუნიკაციურ ტექნოლოგიებში და უახლესი აღმოჩენები სოციალურ ფსიქოლოგიაში, კაცობრიობას მეტად უნდა ეშინოდეს „პოპულარული იმპულსებითა და მათი გონებით ცივისსხლიანი მანიპულირების“ (Qualter, 1962, გვ. 51).

1.1 მანიპულაციების ახალი ეპოქა: სოციალური მედია, ალგორითმები და

ხელოვნური ინტელექტი

მას შემდეგ, რაც ინტერნეტი მასაზე ორიენტირებულ მედიად იქცა, მისი ადრეული მომხმარებლები და ტექნო-ლიბერტარიანელები განუწყვეტლივ ცდილობდნენ ინტერნეტის წარმოჩენას სივრცედ, რომელსაც შეეძლო საჯარო სფეროს მრავალი იმ პრობლემის გადაჭრა, რომელიც მე-20 საუკუნეში არსებული

ცალმხრივი საკომუნიკაციო სისტემებით იყო გამოწვეული. ჰაბერმასის კრიტიკაც კი, რომ „იდეალური საჯარო სფერო ხელს უნდა უწყობდეს დემოკრატიას მედიით, ინფორმაციაზე მეტი ხელმისაწვდომობითა და უფრო მყარი დისკუსია-დებატებით“, ოპტიმისტურია ამ ქსელური სივრცის კონტექსტში. შეტყობინებების დაფებსა და ჩატებში გაჩნდა სხვა საჯარო სივრცეები (კონტრპუბლიკები), რომლებშიც შესაძლებელი იყო დისკურსის წამოწყება ცენზის გარეშე (Turner, 2006; Geiger, 2009).

მიუხედავად პოზიტიური პროგნოზისა, სოციალური მედია კონტროლისადმი ნაკლებად მდგრადი აღმოჩნდა. „სოციალურმა ქსელებმა და ონლაინმედიამ ინფორმაციის გაზიარების სისწრაფე სხვა დონეზე აიყვანა, ამიტომ მედიის გავლენა საზოგადოებაზე და მათი აზრის ფორმირებაზე საკმაოდ გაიზარდა“ (Murphy, 2017 ციტირებულია მარქარიანი 2019-დან, გვ.39). დღეს ბევრად გამარტივდა ნებისმიერი ვიზუალური კონტენტის ატვირთვა სოციალურ ქსელში, რაც ცალკე გამოწვევაა. მედიის განვითარების ფონდის ბოლო კვლევის მიხედვით, სოციალური ქსელის მომხმარებლები ყველაზე ნაკლებად ვიზუალურ მანიპულაციებს ამოწმებენ (მედიის განვითარების ფონდი, 2022). ონლაინ სივრცეში კიდევ უფრო ადვილი გახდა თვალთვალი, ცენზურა და შურისძიება. კვლევა ამტკიცებს, რომ სოციალური მედია მყარად ინტეგრირდა სამთავრობო მედიის პოლიტიკაში (Szoka & Marcus, 2011).

სოციალურმა მედიამ შეუქცევდად შეცვალა სამყარო. სულ რაღაც ათწლეულში პლატფორმებმა, როგორებიცაა: X (უწინ Twitter), Facebook, Instagram და Snapchat მთელ მსოფლიოში მილიარდობით მომხმარებელი მოიცვეს. მათი გავლენით შეიცვალა ყოველდღიური კომუნიკაციის ფორმები და შესაძლებელი გახდა თითქმის მყისიერი წვდომა ინფორმაციაზე. მრავალი კვლევა მიუთითებს, რომ ყოველწლიურად უფრო და უფრო მეტი ადამიანი მოიხმარს სოციალური მედიის პლატფორმებს სიახლეების პირველწყაროდ; შესაბამისად, პროპორციულად ნაკლები ეცნობა ტრადიციული მედიის საშუალებებს: რადიოს, ბეჭდურ მედიასა და ტელევიზიას (Pew Research, 2015).

მედიის ციფრულ სივრცეში გადასვლამ აამაღლა ხალხის ცნობიერება, მაგრამ, მეორე მხრივ, გაზარდა მათი აზრით მანიპულირების შემთხვევებიც. დღევანდელი მედიაგარემო დასტურია იმისა, რომ მედია აკონტროლებს ადამიანთა ცხოვრების

ყველა მნიშვნელოვან ასპექტს უპრეცედენტო ხარისხით. ეს ხდება ადამიანთა ქცევისა და ინტერესების საფუძველზე (Béres, 2007). ალგორითმებითა და მიზანმიმართული რეკლამებით მედიის პერსონალიზაციამ გააჩინა კითხვები იმის შესახებ, თუ როგორ ემსახურება ალგორითმები (ინფორმაციული ბუმტები) საზოგადოებათა დაყოფას, გაერთიანების ნაცვლად (Pariser, 2011).

თანამედროვე ეპოქაში მანიპულაციის პრობლემა დაკავშირებულია იმ ფაქტთან, რომ ინტერნეტის ქსელური ბუნება და სურათების, ტექსტებისა და ვიდეოების მონტაჟი ხშირად შეუძლებელს ხდის დავადგინოთ, საიდან იღებს სათავეს კონკრეტული იდეა ან მასალა, განსაკუთრებით მათი მნიშვნელობებით ირონიული თამაშის შემთხვევაში. ეს ყველაფერი ძალიან ართულებს ახალ მედიაში მედიამანიპულაციების გამოვლენის პროცესს (Marwick, 2018). ცხადია, რომ, მე-20 საუკუნის დასაწყისთან შედარებით, თანამედროვე ტექნოლოგიურმა რევოლუციამ და სოციალურმა მედიამ შესაძლებელი გახადა ინფორმაციის შეფუთვა ისე, რომ ადამიანთა მოსაზრებასა და ქცევაზე მეტად ემოქმედა. მედიის განვითარების ფონდის გზამკვლევი სოციალურ მედიაში არსებულ შემდეგ მანიპულატორებსა და მარკერებს გამოყოფს: „საეჭვო გვერდები, საიდანაც ინფორმაცია ვრცელდება; დაუჯერებელი, შოკის მომგვრელი ინფორმაცია; გარკვეული ინფორმაციის ტალღისებური გავრცელება; პირველწყაროზე მითითების არარსებობა“ (მედიის განვითარების ფონდი, 2017, გვ. 8).

სოციალური მედიის ისეთი მნიშვნელოვანი საიტები, როგორებიცაა X (უწინ Twitter), Facebook და YouTube, ულტრამემარჯვენე მომხმარებლების გამოყენებით ექსტრემალურ შეტყობინებებს ავრცელებენ დიდ აუდიტორიებზე. Facebook-ი ასევე არის დეზინფორმაციის გავრცელების ცენტრალური სივრცე, რადგან ის პოპულარული ადგილია ჰიპერპარტიზანული საინფორმაციო ორგანიზაციებისთვის და „ყალბი ამბებისთვის“. ულტრამემარჯვენე აქტორები ხშირად, გარკვეული მესიჯების გასაძლიერებლად, X-ში (უწინ Twitter) ტრენდული თემებით მანიპულირებენ. YouTube კი პოპულარული პლატფორმაა შეთქმულების თეორეტიკოსებისა და სხვა სპეციფიკური ჯგუფებისთვის, რომლებსაც შეუძლიათ დამაჯერებელი, საინტერესო ვიდეოების გადაღება აღმამფოთებელ თემებზე. (Silverman, 2016; Caplan & Boyd, 2016).

კოორდინირებული არაავთენტური ქცევა (Coordinated inauthentic behavior [CIB]) არის ტერმინი, რომელსაც Facebook-ი იყენებს სოციალური მედიის ისეთი გვერდების აღსაწერად, რომლებშიც „საზოგადოებრივი დებატების მანიპულირებისა და სხვა სტრატეგიული მიზნებისთვის ცენტრალურ როლს თამაშობს ყალბი ანგარიშები“. მნიშვნელოვანია, რომ Meta Transparency Reports-ის მიხედვით, აშშ, უკრაინა და მექსიკა არის CIB ქსელების ყველაზე აქტიური სამიზნე ქვეყნები, ხოლო საინფორმაციო ოპერაციების სამიზნეთა ტოპ 15-ში მე-7 ადგილს საქართველო იკავებს. კვლევა ასევე ცხადყოფს, რომ მსგავსი აქტიური ქსელები, უმეტესწილად, რუსეთს ეკუთვნის. ეს უკანასკნელი კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს ამ მიმართულებით კვლევის აუცილებლობას, რადგან საქართველოს არსებობა ამ სიაში უამრავ ნეგატიურ შედეგთან არის დაკავშირებული.

სოციალური მედია ინფორმაციის ავთენტურობის გადამოწმების მიმართ ხშირად ნეიტრალურია, რადგან ინფორმაცია იმდენად სწრაფად იცვლება და აღწევს მომხმარებლამდე, რომ მისი კრიტიკული ანალიზი შეუძლებელი ხდება (Allcott and Gentzkow, 2017; Fazio et al., 2015). *ფსევდოავტორები* წერენ, ქმნიან და ავრცელებენ ინფორმაციას ონლაინმედიის საშუალებით. კვლევების თანახმად, ისინი ხშირად ტრადიციულ მედიას და წყაროებსაც კი იმოწმებენ (Sundar & Nass, 2001, As cited in Molina, 2019). ეს განსაკუთრებით შემამფოთებელი და საშიშია იმის გათვალისწინებით, რომ ადამიანები უფრო სანდოდ მიიჩნევენ ინფორმაციას, რომელიც ემთხვევა მათ რწმენებს და ცოდნას. ადამიანებს მეტად სჯერათ იმის, რასაც მათი ნაცნობები-მეგობრები ან/და მოწონებული/გამოწერილი პლატფორმები აზიარებენ. ეს კი ამძაფრებს გავლენებს, რადგან დეზინფორმაცია ემთხვევა პირად მოსაზრებას და გამოცდილებას (Watts, 2018, Murphy, 2017; Bode & Vraga, 2015). მეცნიერთა სხვა ჯგუფი აღნიშნავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ ინფორმაციას მეგობრები აზიარებენ, მომხმარებელი მაინც თავად ირჩევს მისთვის საჭირო ამბავს. კვლევამ ასევე აჩვენა, რომ *შეინიშნება* დადებითი კავშირი პიროვნების პოპულარობის მოთხოვნილებასა და ქსელში "თვითწარმოჩენას" შორის (online self disclosure) (Utz et al, 2012). ზუსტად პოპულარობის ან სხვების ყურადღების მიქცევის გამო, სოციალური მედიის მომხმარებლები, იმის გარკვევამდე, ინფორმაცია ყალბია თუ ჭეშმარიტი, აზიარებენ სენსაციურ სიახლეს. ამავდროულად, ფსიქოლოგიაში

არის ისეთი ცნება, როგორცაა „გამოტოვების შიში“ ე.წ. FoMO (Fare of Missing Out). მეცნიერები ამტკიცებენ, რომ ეს უკანასკნელი პირდაპირ კავშირშია გადაუმოწმებელი ინფორმაციის გაზიარებასთან (Talwar, 2020).

შესაბამისად, სოციალური მედიის ჩამოყალიბებამ გაააქტიურა ისეთი მანიპულაციები, როგორებიცაა ყალბი ინფორმაცია, დეზინფორმაცია, პროპაგანდა, ჰიბრიდული ომი და სხვ. მაგრამ მათ შორის ყველაზე საშიში უხილავი და დღემდე ნაკლებად გაანალიზებული ალგორითმებია. ალგორითმი სწავლობს იმას, თუ რას უყურებს, კითხულობს ადამიანი სოციალური მედიით. ალგორითმები ასევე სასიცოცხლო მნიშვნელობისაა საძიებო სისტემებისთვის. მარტივად რომ ვთქვათ, მუდმივი „თვალთვალის“ საფუძველზე ალგორითმი „აკვირდება“ რაიმე „ტენდენციურს“ ან „საინტერესოს“ და შემდეგ მომხმარებელს უჩვენებს მხოლოდ იმას, რასაც, მისი გამოთვლით, ინდივიდი აუცილებლად მიაქცევს ყურადღებას. დღეს ყველა მასალას ალგორითმი გვირჩევს, თუმცა ხშირად ვერც კი ვხვდებით ამას. მედიის თეორეტიკოსის, ტარლეტონ გილესპის აზრით, ალგორითმები გახდა „საკვანძო ლოგიკა იმ საინფორმაციო ნაკადისა, რომელზეც ჩვენ ვართ დამოკიდებულნი“ (Gillespie, 2014; Pew Research, 2015).

2021-2022 წლის სოციალური მედიის მანიპულაციების ანალიზში ვკითხულობთ, რომ ბოლო წლების განმავლობაში „მანიპულირების ინდუსტრია“ უფრო გლობალური და ურთიერთდაკავშირებული გახდა. ევროპული სერვისის პროვაიდერები განსაკუთრებულად ეყრდნობიან რუსულ მანიპულაციურ პროგრამებს. კვლევის შედეგად, მრავალი ექსპერიმენტის საფუძველზე, დადგინდა, რომ სოციალურ მედიაში მანიპულირება არის გლობალური ინდუსტრია გლობალური შედეგებით (Nato Strategic Communications Centre Of Excellence, 2022). შეჯამების სახით, ექსპერტები ხსნიან, რომ ჯერ კიდევ ძალიან ადვილია სოციალური მედიის პლატფორმების მანიპულირება და ის გაუმჯობესება, რაც ადრე დაფიქსირდა, ამჟამად სტანდარტია. იმის გათვალისწინებითაც, რომ ცალკეული კომპანიები განვითარდნენ, მათი ზოგადი შეფასებაა, რომ სოციალური მედიის მანიპულირება საკმაოდ იაფი და ეფექტიანია. რეკომენდაციის სახით ვკითხულობთ, რომ „გაცილებით მეტია გასაკეთებელი მანიპულირების ინდუსტრიის შესწავლის კუთხით“ (გვ. 39).

1.2 მედიის ეფექტების შესწავლის ტრადიციები და ევოლუცია: პოზიტიური და ნეგატიური გავლენები

მე-20 საუკუნე იყო ადამიანებზე მანიპულირების შესახებ ძირითადი თეორიებისა და დოქტრინების ჩამოყალიბებისა და მათზე დაფუძნებული ძლიერი მანიპულაციური ტექნოლოგიების განვითარების პერიოდი. თუმცა, მათ შესაქმნელად საჭირო „ცოდნა“ კაცობრიობის განვითარების ყველა ეტაპზე გროვდებოდა. მანიპულაციის ფენომენის კომპლექსურმა, მრავალგანზომილებიანმა ბუნებამ განაპირობა მისი შესწავლის სხვადასხვა მიდგომა, რომელიც ცნობილი მკვლევრების ნაშრომებიდან მომდინარეობდა. სწორედ მანიპულირების ძირითადი ცნებების ანალიზი გვაძლევს საშუალებას განვიხილოთ ეს ფენომენი ოთხ ასპექტში. ესენია: სოციალურ-ფსიქოლოგიური, სოციალურ-პოლიტიკური, სოციალურ-კულტურული და სოციალურ-ფილოსოფიური (Moore, 2020). ჩვენი კვლევის ჭრილში საინტერესოა პირველი ორი.

ზუსტად ამ მანიპულაციური თეორიების არსებობამ დააყენა დღის წესრიგში მედიის ეფექტების კვლევების აუცილებლობა. კომუნიკაციის დისციპლინაში მედიის ეფექტების, როგორც სოციოლოგიის, ფსიქოლოგიისა და პოლიტიკური მეცნიერებების მიჯნაზე მყოფი მიმართულების კვლევის როლი, ავთენტურობა და გამჭვირვალობა წლების განმავლობაში ხშირად ფასდებოდა როგორც დადებითად და კონსტრუქციულად, ასევე საკმაოდ კრიტიკულადაც. ამასთანავე, ყოველთვის ისმოდა კითხვა, თუ როგორ შეიძლებოდა კომუნიკაციის სფეროში გავლენების კვლევა (Bryant & Zillmann, 1986; Sparks, 2002). მანიპულირება - ფენომენი, რომელიც მედიაეფექტების საფუძველია, ძირითადად, ფსიქოლოგიის შესწავლის ობიექტი იყო, რაც გასაგებიცაა, ვინაიდან ადამიანის ფსიქიკაზე ზემოქმედება მანიპულაციური გავლენის ბაზას წარმოადგენს. ამავდროულად, მისი წარმოშობისა და გამოყენების მიზეზების ანალიზზე დაყრდნობით, ნათელი ხდება, რომ მანიპულირება ძირითადად სოციალური ხასიათისაა, ანუ ის არის სოციალურ და პოლიტიკური პროცესების პირდაპირი შედეგი (Moore, 2020).

რიჩარდ ჰარისი (2002) ამტკიცებს, რომ მასმედია არა მხოლოდ ართობს და ასწავლის, არამედ სხვა მნიშვნელოვან ფუნქციებსაც ასრულებს. მისი თქმით, მედიამ შეითავსა მანიპულატორის ფუნქცია, რითაც გავლენას ახდენს ჩვენს კულტურულ და

სოციალურ-ფსიქოლოგიურ ღირებულებებზე, ცვლის ჩვენს დამოკიდებულებებს, ქცევებს და წარმოდგენებს. მედია აქტიურად იყენებს „საზოგადოებრივი აღქმის“ მექანიზმს მითებისა და სტერეოტიპების ჩამოყალიბებით. სამწუხარო რეალობა ისაა, რომ მედიას უკვე „ფსიქოლოგიური მონოპოლია“ და „სულიერი იძულება“ ახასიათებს. თუმცა, ჰარისის მტკიცებით, ბოლოს ყოველი ჩვენგანი - "გლობალური სოფლის მკვიდრნი", ჩაძირულნი მედიის ყოველდღიურ უსიამოვნებებსა და პრობლემებში, ვერ გავუძლებთ მეტს და მივხვდებით, რომ ჩვენი ცნობიერებით მანიპულირებენ (Harris, 2002).

რიჩარდ ჯეკსონ ჰარისი იყო ერთ-ერთი პირველი მეცნიერი, რომელმაც მასმედია ფსიქოლოგიასთან დააკავშირა. მან 1994 წელს გამოსცა წიგნი „მასობრივი კომუნიკაციის კოგნიტიური ფსიქოლოგია“, რითაც საფუძველი ჩაუყარა კვლევის ახალ მიმართულებას. თუმცა პიტერსი (1999) ერთადერთი აღმოჩნდა, ვინც ისტორიული პერსპექტივა აირჩია. იგი ამტკიცებდა, რომ მედიის ეფექტების შესწავლისთვის განსაკუთრებით აქტუალური არის კომუნიკაციის გაგება, როგორც "რადაც დამაჯერებელი სიმბოლოების დისპერსია მასობრივი აზრის მართვის მიზნით" (Peters, 1999, გვ. 11). ანუ იკვეთება, რომ „მასობრივი კომუნიკაცია გავლენას ახდენს საზოგადოების ცხოვრების წესის ყველა ძირითად პარამეტრზე“ (იბერი და სურგულაძე, 2003, გვ.17)

მეცნიერები წლებია ამტკიცებენ, რომ მედიას შესაბამისი მანიპულატორებით სოციუმის მართვა, ადამიანების გაერთიანება ან დესტრუქცია შეუძლია როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი ზრახვებისთვის – ჩვენ ვართ მართულნი, ჩვენი გონება იძერწება, ჩვენი გემოვნება ყალიბდება, ჩვენი იდეები ფორმირდება ძირითადად იმ ადამიანების მიერ, რომელთა შესახებაც არასოდეს გვსმენია და რომელთაც მედიით მართვის ყველა სადავე უჭირავთ ხელთ (Bernays, 1928; Lasswell, 1951). თუმცა წარსულში მედია ნეგატიურ ეფექტებთან მეტად ასოცირდებოდა. პიტერსი გახდა პირველი, რომელმაც თავისი ფართომასშტაბიანი კვლევით დაამტკიცა, რომ მედიას შეუძლია მეტად რაციონალური სოციალური ურთიერთობებისკენ გახსნას გზა (Peters, 1999, p. 12). ფსიქოლოგების, მედიაფსიქოლოგებისა და მედიაექსპერტების დასკვნების შეჯამებით იკვეთება, რომ მანიპულაციები და მათი ეფექტები ორი ფუნდამენტური ხასიათისაა: პოზიტიური და ნეგატიური.

- **მედია მანიპულაციის პოზიტიური ეფექტები**

მანიპულაციების ცნობილი მკვლევარი დევიდ კლიფ მორე წერს - „დაიმახსოვრეთ - მანიპულირება ყოველთვის მხოლოდ ცუდი მიზნებისთვის არ გამოიყენება“ (Moore, 2020, გვ. 11). მისი თქმით, მანიპულირების ზოგიერთ ფორმას რეგულარულად ვაწყდებით. ასეთია, მაგალითად, რეკლამა და მასმედია. მისი გამოყენება შეიძლება დადებითად, რამდენადაც მათ შეუძლიათ კონკრეტულ პირს/პირებს მოგება მოუტანონ.

მანიპულაციის ისეთი მექანიზმის გამოყენებამ, როგორცაა სიმართლის შელამაზება/დამახინჯება ან მლიქვნელობა, შესაძლოა მანიპულატორს კონკურენტებზე უპირატესობის გრძნობა მიანიჭოს. ამ შემთხვევაში, მანიპულაცია შესაძლოა მორალურად დაშვებულ იყოს იმის გათვალისწინებით, რომ თუ ეს ინდივიდი ამ გზას არ გამოიყენებს, ამას სხვა მაინც გააკეთებს. ამ შემთხვევაში მანიპულატორი მონაწილეა იმ თამაშში, რომელშიც ყველა სხვაც იმავეს აკეთებს (Moore, 2020, Sparkman, 1978). ეს მანიპულაციის ერთ-ერთი ფორმაა, თუმცა მთავარი კითხვა მაინც ისაა, საბოლოოდ, ამ ციკლში მყოფი რამდენი ადამიანი მიიღებს სარგებელს და რამდენი - არა (რამდენი დარჩება მოტყუებული)?

პოზიტიური მანიპულაციის საინტერესო მაგალითია შეჰერიზადას საქციელი („1001 ღამის“ პერსონაჟი), რომელიც ბატონ შაჰრიარს ზღაპრებს უყვებოდა. შაჰრიარის მანიპულირებით მან სამი წლის განმავლობაში არა მხოლოდ საკუთარი თავი, არამედ საკუთარი ქვეყნის სხვა გოგონებიც გადაარჩინა (*al-Musawi, 2021*). ვიქტორ ფრანკლი (1946) თავის ერთ-ერთ ყველაზე ცნობილ წიგნში „უთხარი ცხოვრებას „დიახ!“ საუბრობს საკონცენტრაციო ბანაკში ფსიქოლოგიური მდგომარეობის შესახებ. მისი დაკვირვებით, ვისაც ჰქონდა საზრისი, რომ ომი მალე დამთავრდებოდა და ახლობლებს დაუბრუნდებოდა - გადარჩნენ. ხოლო, ვინც ნეგატიურად ფიქრობდა, გაცილებით მეტად უჭირდათ - მათ ვერ გაუძლეს ამ პირობებს (Frankl, 2020).

ამავდროულად, ხშირად, პოზიტიური მანიპულაცია **მნიშვნელოვანია იმისთვის**, რომ საზოგადოებამ არ დაიწყოს ირაციონალურად მოძრაობა და აზროვნება (Gerrig & Zimbardo, 2010), როგორც ეს მოხდა პანდემიის დროს ამერიკაში: ამერიკელებმა დაცალეს მაღაზიები და აფთიაქები (O'Connor & Murphy, 2020). ეს

ტაქტიკა საბჭოთა პროპაგანდის ნაწილიც იყო და მეორე მსოფლიო ომის დროს გამოიყენებოდა. საბჭოთა კავშირი არასდროს ამჟღავნებდა, რომ ტერიტორიებს კარგავდა, რათა შემართება და იმედი არ დაეკარგა მოსახლეობას და ჯარში პანიკა არ დაწყებულყო.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ნებისმიერი სახის მანიპულაციის გავრცელებას და დეზინფორმაციის ტალღის გააქტიურებას სჭირდება წინაპირობა, რომელიც ამ ინფორმაციის აქტიურ გაზიარებას შეუწყობს ხელს (მარქარიანი, 2019). ამიტომ, განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს კრიზისულ ვითარებებში გამოყენებული მანიპულაციური მექანიზმები. დადასტურებულია, რომ კრიზისულ სიტუაციაში მომხმარებელი არსებულ „პოზიტივს“ ეჭიდება და ცდილობს, რომ ეს უკანასკნელი სხვებსაც გაუზიაროს (Lambert et al, 2012; Trevors & Kendeou, 2020; Fredrickson, 2009; Seligman, 2012). ამ დროს არსებული შიშის ტალღის, დაძაბულობისა და პანიკის გამო, საზოგადოების ნაწილი დაუფიქრებლად იწყებს ინფორმაციის გაზიარებას (Shimizu, 2020). შესაბამისად, არ არის გასაკვირი და უკანასკნელ პერიოდში ჩატარებული კვლევებიც ცხადყოფს, რომ COVID-19-ის ეპოქაში საგრძნობლად გაიზარდა ყალბი ინფორმაციისა და მანიპულაციური კონტენტის გავრცელების და გაზიარების რიცხვი (Pulido et al., 2020). მსგავსი კრიზისული სიტუაციის დროს ადამიანის გონებით ან ქვეცნობიერით მანიპულირება ყველაზე მარტივია (Gerrig & Zimbardo, 2010).

ცნობილი მენეჯერი კერი-ენ ჩინი (2006) საკუთარ ბლოგში წერს, რომ კარგი მენეჯერები ყოველთვის ეძებენ გზებს თავიანთ გუნდში ჩართულობისა და მოტივაციის შესანარჩუნებლად. ამას თანამშრომლების პროფესიული განვითარების სურვილის შესანარჩუნებლად სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს. პერსონალის პოზიტიური მანიპულირება შეიძლება იყოს ეფექტიანი მართვის ინსტრუმენტი, რომელიც საშუალებას მისცემს გუნდს, მიაღწიოს ორგანიზაციულ მიზნებს.

ნეგატიური ასოციაციების გარეშე, მანიპულირება შეიძლება იყოს ლეგიტიმური დარწმუნების ფორმა (იხ., მაგ., O'Keefe, 2002). თუმცა, ამ შემთხვევაში, დარწმუნებასა და მანიპულაციას შორის გადამწყვეტი განსხვავება ისაა, რომ დარწმუნებისას თანამოსაუბრეს თავისუფლად შეუძლია მოიქცეს საკუთარი სურვილის შესაბამისად, იმისდა მიხედვით, მიიღებს თუ არა „დამარწმუნებლის“ არგუმენტებს და საბოლოოდ დაიჯეროს ან არ დაიჯეროს მოწოდებული

ინფორმაცია; ხოლო მანიპულაციის დროს მსმენელს/მიმღებს, როგორც წესი, უფრო პასიური როლი ენიჭება: ის მანიპულაციის მსხვერპლია. მანიპულაციური დისკურსის ნეგატიურ შედეგს, როგორც წესი, ვაწყდებით მაშინ, როდესაც მიმღებს არ შეუძლია გააცნობიეროს რეალური განზრახვა ან დაინახოს სრული სურათი.

ჯონათან ვილდის მიხედვით, განსხვავება მანიპულაციასა და დარწმუნებას შორის ამ სამი კითხვით ამოიცნობა:

- განსაზღვრეთ თქვენი ზრახვები: რატომ გსურთ დაარწმუნოთ ეს ადამიანი?
- მართალია და გამჭვირვალე დარწმუნების პროცესი?
- რა წმინდა სარგებელი ან გავლენა აქვს დარწმუნებას ამ ადამიანზე? (Roberts, 2019).

პოზიტიურ მანიპულაციას აქტიურად იყენებენ არაკომერციული/არასამთავრობო ორგანიზაციები და კომპანიები, რათა დაარწმუნონ ადამიანები იმოქმედონ ისე, რომ დაეხმარონ სხვა გაჭირვებულებს და ხელი შეუწყონ მსოფლიოში პოზიტიურ ცვლილებებს. მარგარეტ კელსი განიხილავს, თუ როგორ შეუძლიათ ინდივიდებს შეცვალონ ადამიანების ქცევა. „მაგრამ რა არის ამ ძალის გამოყენების სწორი გზა? როგორ შეგძლია გამოიყენო ფსიქოლოგია ხალხის ეთიკურად დასარწმუნებლად?“ (Kelsey, 2016).

პოზიტიური გავლენების ციკლში აუცილებლად უნდა გავიხსენოთ ალფრედ ბანდურას კვლევებიც. იგი ამტკიცებდა, რომ მედიას და განსაკუთრებით ვიზუალურ მხარეს შეუძლია გახდეს სწავლების თანამედროვე იარაღი (ხეჩუაშვილი, 2013). შესაბამისად, პოზიტიური მედიამანიპულაციის შედეგად შეგვიძლია პროსოციალური მედია ჩავთვალოთ. ბანდურას (1964) „ბობო“ თოჯინას ექსპერიმენტი ნათელი მაგალითია იმისა, რომ ჩვენ პროსოციალური და ანტისოციალური მაგალითების საფუძველზე ვსწავლობთ (Gerrig & Zimbardo, 2010). ექსპერიმენტის ფარგლებში ბავშვების ჯგუფმა უყურა წინასწარ ჩაწერილ ვიდეოს, რომელშიც თოჯინას სცემდნენ, რის შემდგომაც ბავშვები ზუსტად ასე მოექცნენ ოთახში განთავსებულ თოჯინას. საინტერესო ისაა, რომ იმ ბავშვებმა, რომლებმაც ამ ვიდეოს არ უყურეს, აგრესიულობა არ გამოიჩინეს თოჯინას მიმართ (Bandura et al, 1963).

ამავდროულად, უნდა ითქვას, რომ ნეგატიური ინფორმაცია ამარტივებს, ხოლო პოზიტიური ინფორმაცია ართულებს სწორი/მართალი კონტენტის გაგებას და გარჩევას (Trevors et al, 2020). შესაბამისად, პოზიტიურ კონტექსტში გამოყენებული მანიპულაცია ნაკლებად შესამჩნევია, რადგან ეს უკანასკნელი უმეტესწილად ნეგატივთან ასოცირდება.

- **მედია მანიპულაციის ნეგატიური ეფექტები**

ევროპის პარლამენტის ბოლო ანგარიშში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა დეზინფორმაციას, როგორც მანიპულაციის ერთ-ერთი ფორმას. ანგარიშში საკვანძო მიგნებად გამოტანილია, რომ „დეზინფორმაციას შეუძლია მოქალაქეების დაბნევა და მათი **მანიპულირება**; უნდობლობის გაღვივება საერთაშორისო ნორმების, ინსტიტუტების ან დემოკრატიული სტრატეგიების და პრინციპების მიმართ; მას შეუძლია ჩაშალოს არჩევნები ან „კვებოს“ უნდობლობის განცდა ისეთი ძირითადი გამოწვევების მიმართ, როგორცაა კლიმატის ცვლილება (European Parliament Subcommittee on Human Rights, 2021).

მანიპულაციის ნეგატიური შედეგები განსაკუთრებით ხილულია მაშინ, როდესაც მიმღებს აკლია სპეციფიკური ცოდნა, რომელიც შეიძლება გამოიყენოს თავდაცვისთვის. ამის ცნობილი მაგალითია მთავრობის და/ან მედიის დისკურსი იმიგრაციისა და იმიგრანტების შესახებ, რის საფუძველზეც რიგითი მოქალაქეები ეკონომიკის ცუდ მდგომარეობას (როგორცაა, მაგალითად, უმუშევრობა) არა სამთავრობო პოლიტიკას, არამედ იმიგრანტებს აბრალებენ (van Dijk, 1993).

მედიაში გამოყენებული მესიჯები ხშირად იწვევს საზოგადოების რასისტულ და არატოლერანტულ ქმედებებს, ნერგავს სიძულვილის ენას და ქსენოფობიას (Cerase & Santoro, 2018). მკვლევრები მიიჩნევენ, რომ მედიით მანიპულაციას შეუძლია დემოკრატიის დანგრევაც (Chesney & Citron, 2018).

- **მანიპულაციების გავლენა დემოკრატიაზე**

მედიისა და კულტურის კვლევებში დიდი ხანია არსებობს დისკუსია იმის შესახებ, თუ რა როლს ასრულებს ახალი ამბების მედია დემოკრატიულ სოციუმებში საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებასა და გავრცელებაში (Livingstone & Lunt, 1994).

ამ დებატების საწყის წერტილს ხშირად იურგენ ჰაბერმასის შრომები წარმოადგენს, რომლებშიც მან მოგვარა ისტორიული ანგარიში თანამედროვე დემოკრატიულ ქვეყნებში საჯარო სფეროს კონცეფციის ინსტიტუციონალიზაციის შესახებ. ჰაბერმასის აზრით, საჯარო სფერო „ჩვენი სოციალური ცხოვრების სფეროა, რომელშიც შეიძლება რაიმე საზოგადოებრივი აზრის მსგავსი ჩამოყალიბდეს“. ის არის სივრცე, რომელიც შუამავლობს „საზოგადოებასა და სახელმწიფოს და რომელშიც სოციუმი თავად იქცევა საზოგადოებრივი აზრის მატარებლად“ (Habermas, 1964). დაწყებული ისეთი ვალდებულებებიდან, როგორებიცაა პრესის, ინფორმაციისა და გამოხატვის თავისუფლება, დამთავრებული მთავრობებსა და მედიას ინსტიტუტებს შორის კანონიერად განსაზღვრული ურთიერთობებით, ბევრმა ხელისუფლებამ ოფიციალურად აღიარა მედიის როლი დემოკრატიული მიზნებისთვის მოქალაქეების ინფორმირებაში. ჰაბერმასის აზრით, იდეალური საჯარო სფერო ხელს შეუწყობს დემოკრატის მედიით, ინფორმაციის მეტი ხელმისაწვდომობითა და საერთო საკითხებზე უფრო მყარი დებატებით (Habermas, 1964).

აღსანიშნავია, რომ მედიით მანიპულაციამ შეიძლება ხელი შეუწყოს მედიისადმი ნდობის შემცირებას, დეზინფორმაციის გავრცელებას და შემდგომ რადიკალიზაციას (Lewis & Marwick, 2017). მაგალითად, სამხრეთ კავკასიის შიდა ეთნო-ტერიტორიულ კონფლიქტებზე საუბრისას, პროფესორი რევაზ გაჩეჩილაძე აღნიშნავს, რომ რუსეთის ოფიციალური, თითქოს ნეიტრალური განცხადებების მიუხედავად, ის, ეთნიკური კონფლიქტის გაღვივებით მანიპულაციას ცდილობს, რათა კარგი საბაზი გაიჩინოს შიდა პოლიტიკაში ჩარევისა და, შესაბამისად, სამხრეთ კავკასიაში გავლენის შენარჩუნებისათვის (გაჩეჩილაძე, 2002).

1.3 მანიპულაცია საბჭოთა სინამდვილეში

მრავალფეროვანია როგორც მანიპულაციის ტიპოლოგია, ასევე მისი მოსალოდნელი შედეგებიც. კომუნისტური პროპაგანდის მთავარი მიზანი "საბჭოთა ახალი ადამიანის" (რუსული: *новый советский человек*) შექმნა იყო (Berlin, 1956; Peters, 1956). დღეს მანიპულაციის მიზეზი შეიძლება გახდეს როგორც კონკრეტული პროდუქტის გაყიდვა, ასევე ელექტორატის გარკვეული პროცენტის არჩევანზე

ზეგავლენა. განსხვავებული შედეგების მიუხედავად, აშკარაა, რომ მანიპულატორები, ინდივიდებისაგან გაუცნობიერებლად, სარგებლობენ მათი რესურსით (Keenan, 2020). საზოგადოების შეცდომაში შეყვანის მცდელობებს უხვად ვხვდებით მსოფლიო ისტორიაში (Shultz, 1989). პროპაგანდის განსაკუთრებული მრავალრიცხოვნობით გამოირჩევა საბჭოთა წყობა. მაგალითად, საბჭოეთის 70-წლიანი მმართველობის სხვადასხვა ეტაპზე გაზეთები აქტიურად წერდნენ ჭარბი წარმოების შესახებ, მიუხედავად იმისა, რომ ეს სიმართლეს არ შეესაბამებოდა (Service, 2009). საბჭოთა მანიპულაციის ერთ-ერთი საუკეთესო მაგალითია ჟურნალი „СССР на стройке“, რომელიც ხუთ ენაზე გამოიცემოდა და გავლენის საკმაოდ დიდი არეალი ჰქონდა.

1951 წელს ამერიკელმა სოციოლოგმა ალექს ინკელესმა დაწერა საბჭოთა კავშირში პროპაგანდის, მანიპულაციისა და პოლიტიკური კომუნიკაციის შესახებ ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაშრომი სახელწოდებით „საზოგადოებრივი აზრი საბჭოთა რუსეთში“. მიუხედავად იმისა, რომ *ინკელესი* ტრადიციული გაგებით არ იყო კომუნიკაციის მკვლევარი, იგი მიიჩნევდა, რომ მის წიგნს წვლილი შეჰქონდა არა მხოლოდ საბჭოთა საზოგადოების გაგებაში, არამედ მასობრივი კომუნიკაციის სოციოლოგიაშიც. მისი აზრით, საბჭოთა მაგალითი ყველაზე რელევანტური იყო მასობრივი კომუნიკაციის მექანიზმების გასაგებად, რადგან აქ ინფორმაცია საზოგადოებას მიეწოდებოდა ყოველგვარი თავისუფალი ნაკადის გარეშე. ამასთან, ამბავი არასდროს შეიცავდა ისეთ საჯარო გზავნილებს, რომლებიც ეწინააღმდეგებოდა რეჟიმის მთავარ პოლიტიკურ ხაზს, მის გავლენებსა და ეფექტებს. პოლიტიკური კომუნიკაციის შესწავლა და გაგება თითქმის მხოლოდ ლაბორატორიულ პირობებში იყო შესაძლებელი. შესაბამისად, *ინკელესი* საბჭოთა კავშირის პერიოდს იდეალურ პერიოდად მიიჩნევდა, რადგან მკვლევარს შეეძლო პასუხი გაეცა ერთი მთავარი კითხვისთვის, რომელზე პასუხსაც 1940-იან და 1950-იან წლებში ადრეული კომუნიკაციის არაერთი მკვლევარი ეძებდა: რა გავლენა აქვს მასმედიას საზოგადოებრივ აზრზე (Inkeles, 1951). *ინკელესი* ასევე მიიჩნევდა, რომ ამ მოვლენის სრულფასოვანი კვლევა მომავალში ტექნოლოგიური რევოლუციის თანხლებით იყო შესაძლებელი.

ცნობილი თანამედროვე კულტუროლოგი და მედიამკვლევარი დანიილ დონდურეი წერდა, რომ „საბჭოთა მთავრობა

შორსმჭვრეტი იყო. ისინი იაზრებდნენ, რომ პიროვნების ჩამოყალიბება და მათი აზრის ფორმულირება უნდა მომხდარიყო არა მხოლოდ აშკარა და მარტივი პროპაგანდის მეთოდით, არამედ ინდივიდის შინაგანი კულტურის დახმარებით. ეს არ იყო მხოლოდ „გაილე შენი სიცოცხლე ლენინ-სტალინისთვის!“, არამედ იყო "ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ არ უღალატო მეგობარს/შენიანს“. მეცნიერის თქმით, საბჭოთა მანიპულაცია „ეხმარებოდა“ ადამიანს რეალურ ცხოვრებაში არსებული წინააღმდეგობების „გადალახვაში“. ისინი ნელა და მდორედ ქმნიდნენ „სოციალიზმის მშენებლებს“, მაგრამ ამავე დროს აყალიბებდნენ მართლაც „განვითარებულ პიროვნებას“ (Mickiewicz, 1971).

საბჭოთა მანიპულაციური მექანიზმები ბევრად დახვეწილი გახლდათ. ნინო ჭინჭარაული თავის ნაშრომში „ლენინიანა - ქართული ფერწერის მივიწყებული ფანტომი“ წერს, რომ საქართველოში სახვითი „ლენინიანა“ პირველად პრესამ დაიწყო. „1950-იანი წლების წერილები თითქმის არ განსხვავდება ერთმანეთისგან: სახვით ხელოვნებაზე შედგენილ სტატიებში ყველაზე ნაკლებად სწორედ ნაწარმოებთა მხატვრულ სპეციფიკაზეა საუბარი – ხვავრიელად მოცემული იდეოლოგიური კლიშეების, მარქსიზმის თეორიის მაღალფარდოვანი ფრაზეოლოგიისა და ლიტერატურული ლექსიკის მოძალების შემდეგ, მწირი სტილისტური შეფასებები იშვიათად იქცევეს ყურადღებას“ (ჭინჭარაული, 2021, გვ. 181). ნათელია, რომ ხელოვნებაშიც კი ჭარბობდა და ჩადებული იყო მანიპულაცია.

საბჭოთა კავშირში მედია გახდა სახელმწიფო აპარატის ნაწილი. საბჭოთა რუსეთში აგიტაცია ძირითადად ეხებოდა მასებზე იდეებითა და ლოზუნგებით ზემოქმედებას, ხოლო პროპაგანდა - მარქსისტულ-ლენინიზმის იდეოლოგიის გავრცელებას. განსხვავება სათავეს იღებს მარქსისტი თეორეტიკოსის, გეორგი პლехანოვის (1892) ცნობილი განმარტებიდან: „პროპაგანდისტი ბევრ იდეას აწვდის და უზიარებს ერთ ან რამდენიმე ადამიანს; აგიტატორი ავრცელებს მხოლოდ ერთ ან რამდენიმე იდეას მთელ მასაზე“.

მაგალითად, ცივი ომის დროს დაზვერვის პრაქტიკა მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდა აღმოსავლეთსა და დასავლეთს შორის. დასავლურ სადაზვერვო სამსახურებს ყველაზე ხშირად ევალებოდათ ინფორმაციის შეგროვება, მათი საბჭოთა

ბლოკის კოლეგები კი გაცილებით მეტ აქცენტს აკეთებდნენ „მოტყუებაზე“, რათა გავლენა მოეხდინათ ინდივიდების მოსაზრებებზე ან ქმედებებზე (Herman, 1996).

ეს „აქტიური ზომები“ მოიცავდა მანიპულირებას და მედიის კონტროლს, წერილობით და ზეპირ დეზინფორმაციას, უცხოური კომუნისტური პარტიებისა და ფრონტთა ორგანიზაციების გამოყენებას, ფარულ რადიომაუწყებლობასა და ეკონომიკის მანიპულირებას, გატაცებებს, პარტიზანული ჯგუფებისა და ტერორისტული ორგანიზაციების მხარდაჭერას და სხვ. სტალინის დროს „აქტიური ზომები“ მოიცავდა პოლიტიკურ მკვლევლობებსაც. საბჭოთა აქტიური მანიპულაციების ძირითადი მიზანი იყო სსრკ-ს ოპონენტების - უპირველეს ყოვლისა, „მთავარი მტრის“ გაერთიანების დასუსტება (House Committee on Intelligence, 1982).

ავტორთა ჯგუფი (1949) წიგნში „საბჭოთა გონება: რუსული კულტურა კომუნიზმის პირობებში“ განმარტავს, რომ სტალინმა შექმნა მმართველობის დახვეწილი ტექნიკა, რომელიც ზედმეტად რთულია გამოსაყენებლად, თუმცა ამ მიმართულებით გამონაკლისია თავად მანიპულაციის დიდოსტატი - სტალინი. ავტორის თქმით, ზედმეტად სახიფათოა, ეს ტექნიკა უგულებელყო ან მიატოვო. რაში მდგომარეობდა ამ პერიოდის მანიპულაციების სიძლიერე და ეფექტი? საბჭოთა მანიპულაცია გამოირჩეოდა „მთავარი/ზოგადი ხაზით“. „ზოგადი ხაზის“ მანიპულირების ხელოვნება იმაში მდგომარეობდა, რომ ადამიანურ უბედურებას არ უნდა მისცემოდა საშუალება, მიეღწია სასოწარკვეთის იმ დონეს, რომლის დროსაც სიკვდილი - თვითმკვლელობა ან მკვლელობა - სასურველი/მისაღები იქნებოდა. ამასთანავე, საბჭოთა კავშირის მოქალაქეებს არ უნდა ჰქონოდათ თავისუფლების ან ბედნიერების ისეთი ხარისხი, რომელიც მათ ზედმეტად უმართავებს ან არასაკმარისად პროდუქტიულებს გახდიდა. არასასურველი იყო პანიკა, სასოწარკვეთა ან გულგრილობა, რაც, თავის მხრივ, პარალიზებას გამოიწვევდა მათ საქმიანობაში (Hardy, Berlin & Talbott, 2004).

1950-იან წლებში საბჭოთა პროპაგანდა თანდათან გაქრა, როგორც კვლევის საგანი აშშ-ის კომუნიკაციის მეცნიერებაში. ეს სფერო დიდწილად დაიპყრო პოლიტოლოგ ფრედერიკ ბარგჰორნმა, რომელმაც 1950 წელს გამოაქვეყნა ანგარიში იმის შესახებ, თუ როგორ იყო საბჭოთა საშინაო პროპაგანდაში წარმოდგენილი

შეერთებული შტატები. ამ და მონათესავე თემებზე მის შემდგომ შექმნილ წიგნებში (Barghoorn, 1961, 1964) ავტორს ძირითადად არ აინტერესებდა პროპაგანდა, როგორც მასობრივი საკომუნიკაციო ფენომენი, არამედ იგი ხედავდა მას, როგორც საგარეო პოლიტიკისა და დიპლომატიური ურთიერთობების ტრადიციული სფეროს ელემენტს.

ქართული პრესის კვლევებში ვკითხულობთ, რომ საბჭოთა-კომუნისტური სისტემის დაშლამდე მედიის ფუნქციონირების მოდელის შეცვლა უკვე დაწყებული იყო. 1987-1990 წლებში, საბჭოთა ხელისუფლების ახალი პოლიტიკის მიხედვით, მედიის კონტროლი პოლიტიკური და კულტურული მიზეზების გამო შეიცვალა. ზუსტად ეს ცვლილებები, ანუ „პერესტროიკა“, ცნობილია „გლასნოსტის“ სახელით. უფრო მეტიც, არსებობდა ზემოდან ქვემოთ აღქმა, რომ „მიმღებები დამოკიდებულნი არიან მედიაზე იდენტობისთვის“ (გვ. 10). აღიარებული ფაქტია და ამას ჩვენ მიერ განხილული მასალაც ცხადყოფს, რომ საბჭოთა პერიოდში მედია გამოიყენებოდა მანიპულაციისა და კონტროლისთვის. „გლასნოსტმა“ ნაწილობრივ გადაჭრა ეს პრობლემა და გვიან საბჭოთა მედიაში ტაბუირებული თემების გაშუქებას შეუწყო ხელი (Maisashvili, 2009).

იკვეთება, რომ მანიპულაციას, როგორც საზოგადოების ქცევაზე გავლენის იარაღს, წლებია, მეცნიერები იკვლევენ. განსხვავებულია მხოლოდ კვლევის რაკურსი და მიგნებები, რომლებსაც ისინი სხვადასხვა ნაშრომში გვთავაზობენ.

თავი II: მედიამანიპულაციის ტექსონომია

ბერნაისი და ლასველი ასე განმარტავენ მანიპულაციის გავლენას: ორგანიზებულ ჩვევათა და მოსაზრებათა გაცნობიერებული და გონიერი მანიპულაცია, როგორც სოციუმის მართვის თანმდევი ელემენტი. ისინი, ვინც იყენებენ საზოგადოების ქცევაზე ზეგავლენის ამ ფარულ მექანიზმს, ქმნიან უხილავ მთავრობას, რომელიც ჩვენი მსოფლიოს ნამდვილი მმართველი ძალაა. პოლიტიკური პროპაგანდა ძალაუფლებისთვის მასობრივი კომუნიკაციების კონტროლია. „ჩვენ ვართ მართულნი, ჩვენი გონება იბერწება, ჩვენი გემოვნება ყალიბდება, ჩვენი იდეები ფორმირდება ძირითადად იმ ადამიანების მიერ, რომელთა შესახებაც არასოდეს გვსმენია და რომელთაც მართვის ყველა სადავე უჭირავთ ხელთ“ (Bernays, 1928; Lasswell, 1951).

ცნება - მანიპულირება (ლათინურიდან - manus) - შეიძლება გავიგოთ, როგორც ერთგვარი ქცევა ჭკვიანური ან არაკეთილსინდისიერი გზით (2003). ეს არის მსმენელის/მაცურებლის იძულების ხელოვნება, ინდივიდსა და საზოგადოებაზე იდეოლოგიური, პოლიტიკური, კულტურული დომინირების მიღწევით. ამ ინფორმაციის მიმღებმა (მანიპულაციის სამიზნემ), როგორც წესი, არ იცის მანიპულირების შესახებ. პოლონელი ექსპერტების აზრით, მასმედიის მიერ მანიპულირება არის ბუნდოვანი და მზაკვრული ინფორმაციისა და ენობრივი რესურსების შერჩევა, რომლის მიზანია:

- „იმოქმედოს სხვა ადამიანების განწყობებსა და მოსაზრებებზე;
- გამოიყენოს ადამიანების ქცევით მანიპულირების მექანიზმები კონკრეტული მიზნებისა და უპირატესობების მისაღწევად“ (Howiecki & Zasepa, 2003, გვ. 36)

Merriam-Webster-ის ლექსიკონში მანიპულაცია განმარტებულია, როგორც „მართვა ან ოსტატურად გამოყენება“ და „გაკონტროლება... უსამართლო ან მზაკვრული საშუალებებით, განსაკუთრებით საკუთარი სარგებლისთვის“. ოქსფორდის ლექსიკონის მიხედვით, მანიპულაცია ნიშნავს „ინდივიდებზე გავლენას, რათა მათ იმოქმედონ ან იფიქრონ ისე, როგორც თქვენ გსურთ (Oxfors warpower dictionary, 4th edition, 2017). ლექსიკონი მედიას განსაზღვრავს, როგორც „კომუნიკაციის სისტემას და ორგანიზაციას, რომლის დახმარებითაც ინფორმაცია ვრცელდება დიდ აუდიტორიაში“. ამიტომ მედიამანიპულაცია შეიძლება

განისაზღვროს, როგორც „კომუნიკაციის სისტემის კონტროლი და გამოყენება საკუთარი სიკეთისთვის“.

მიუხედავად იმისა, რომ მედიამანიპულაცია წარსულში სხვადასხვაგვარად განიმარტა, ყურადღებას იმსახურებს US Legal-ში ტერმინის სამართლებრივი დეფინიცია. ამ დეფინიციის მიხედვით, მედიამანიპულაცია არის: „იმიჯის ან არგუმენტის შექმნის აქტი, რომელიც ხელს უწყობს კონკრეტულ ინტერესებს“ (პარაგრაფი 1). ეს სამართლებრივი დეფინიცია აგრძელებს იმ აზრს, რომ მედიით მანიპულირება შეიძლება მოიცავდეს „ლოგიკური სიცრუის და პროპაგანდის ტექნიკის“ გამოყენებას, ასევე „ინფორმაციის ან თვალსაზრისის ჩახშობას“ და „უბრალოდ ყურადღების სხვაგან გადატანას“. US Legal-ის მიხედვით, მედიამანიპულაციის, როგორც ცნების, იურიდიული განმარტება ამბობს: „ის ხშირად გამოიყენება, როგორც მძლავრი იარაღი თანამედროვე ტექნოლოგიების საშუალებით მასების მანიპულირებისთვის“. ადამიანებზე მანიპულირება გულისხმობს ინდივიდთა ქცევის პროგრამირებას მათზე ფსიქოლოგიური გავლენით. ეს გავლენა ფარულია და მიზნად ისახავს ადამიანების მოსაზრებების შეცვლას (Moore, 2020; US Legal, 2020).

მანიპულირება, როგორც ფენომენი, ძირითადად, ფსიქოლოგიის შესწავლის ობიექტი იყო, რაც ნიშანდობლივია, ვინაიდან ადამიანის ფსიქიკაზე ზემოქმედება მანიპულაციური გავლენის ბაზას წარმოადგენს. ამავდროულად, მისი წარმოშობისა და გამოყენების მიზეზების ანალიზზე დაყრდნობით, ნათელი ხდება, რომ მანიპულირება ძირითადად სოციალური ხასიათისაა, ანუ ის არის სოციალური და პოლიტიკური პროცესების პირდაპირი შედეგი.

მანიპულაციის განსამარტად და შესასწავლად განსაკუთრებით საინტერესოა ცივი ომის პერიოდი. 1950-70-იან წლებში „მანიპულაციის“ ცნებას ერთდროულად აქტიურად იყენებდა „ცივი ომში“ მონაწილე ორივე მთავარი ოპონენტი. სოციალისტური ლიტერატურა ფოკუსირებული იყო ბურჟუაზიული (იმპერიალისტური) მედიის მანიპულაციური არსის დაკნინებაზე, ხოლო ეს უკანასკნელი ადანაშაულებდა სსრკ-ს კორეისა და ვიეტნამის ომების დროს დატყვევებული ამერიკელების „ტვინის გამორეცხვაში“ (Moore, 2020).

როდესაც მანიპულაციის გამოყენება კონკრეტულ მიზანს ემსახურება, მაშინ ტერმინი ასოცირდება კონტროლთან და განიხილება, როგორც მიზანმიმართული მცდელობა -შეცვალოს ან შეინარჩუნოს ის ძალათა ბალანსი, რომელიც ხელსაყრელია პროპაგანდისტისთვის. მიზანმიმართული მცდელობა, როგორც წესი, დაკავშირებულია მკაფიო ინსტიტუციურ იდეოლოგიასთან - მაგალითად, სამთავრობო სააგენტო, რომელიც ცდილობს ეროვნულ აუდიტორიაში პატრიოტიზმის მასობრივი ტალღის ჩანერგვას (მაგალითად, ომის მხარდასაჭერად); ტერორისტული ქსელი, რომელიც მიმდევრებს აერთიანებს; სამხედრო ლიდერი, რომელიც ცდილობს მტრის შეშინებას თავისი არმიის ძალის გადაჭარბებულად წარმოდგენით; კორპორაცია, რომელიც სანდო იმიჯს იქმნის, რათა შეინარჩუნოს ლეგიტიმურობა საკუთარ კლიენტებს შორის ან კომპანია, რომელიც ცდილობს კონკურენტის „ჩაძირვას“ - თითოეული ჩამოთვლილი მიზნის მისაღწევად იყენებს სპეციალურად შერჩეულ მანიპულატორებს. უმეტესწილად, ეს მიზანი არის აუდიტორიის დამოკიდებულების ან ქცევის ცვლილება (Jowett & O'Donnell, 2006).

პრაქტიკისი და არონსონი თავიანთ წიგნში, რომელიც სპეციალურად შექმნეს პროპაგანდისა და მანიპულაციების შესახებ სწავლებისთვის, საზოგადოებას უხსნიან, თუ „როგორ დაუპირისპირდნენ მანიპულაციის ეფექტურობას“. ისინი ხაზს უსვამენ ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციის გავლენას სიმბოლოებითა და ინდივიდის ფსიქოლოგიით მანიპულირების გზით (Pratkanis & Aronson, 2001). სხვა კვლევაში მანიპულაცია განისაზღვრა, როგორც „მცდელობა - მიმღების ყურადღება გადაიტანოს წინასწარ ჩამოყალიბებულ თვალსაზრისზე მარტივი სურათებისა და ლოზუნგების გამოყენებით, ადამიანების ცრურწმენებსა და ემოციებზე თამაშით“ (Pratkanis & Turner, 1996).

ხმის მიცემა, პროდუქტების ყიდვა, გართობის ფორმის არჩევა, ორგანიზაციებში გაწევრიანება, შემოწირულების გაღება - ამ და სხვა მსგავს ქცევებზე დაკვირვებით იქმნება მანიპულაციური მექანიზმების და მანიპულატორების სპეციალური პაკეტი. დღეს ჩვენ ამ სიას შეგვიძლია დავამატოთ ქცევა სოციალურ მედიაში და მასზე დაკვირვება, რომელიც, სხვა ყველაფერთან ერთად, გვადლევს საშუალებას, რომ ჩვენც დავაკვირდეთ სხვებს (სოციალური მედიის მომხმარებლებს), რაც ეხმიანება ჩვენ მიერ შერჩეულ სოციალურ-კოგნიტიურ თეორიას.

ნიშანდობლივია, რომ წარსული ქცევების ან ჩვევების მაგალითებით შესაძლებელია მომავლის პროგნოზიც. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ერთხელ მანიპულაციის ზემოქმედებით განხორციელებული ან სხვისგან ნასწავლი (მაგ. სოციალურ ქსელში დანახული) მოქმედება მსგავს სიტუაციებში ქცევის „სკრიპტად“ (სცენარი) იქცევა. შესაბამისად, ჩვენი გონება არ იძაბება და ავტომატურ პასუხებს გვთავაზობს, რაც ამცირებს ჩვენს კრიტიკულობას და ზრდის მოტყუების კოეფიციენტს (Roloff & Miller, 1980).

პოლიტიკოსები, ინტერნეტ-ტროლები, სიძულვილის ჯგუფები და შეთქმულების თეორეტიკოსები მედიამანიპულაციას სხვადასხვა მიზნით იყენებენ. მმართველი რგოლები მრავალი პროპაგანდისტული იდეის გამაძლიერებელი კვანძები ხდებიან (Lewis & Marwick, 2017). ერთ-ერთი პირველი პოლიტიკური თეორეტიკოსი, რომელმაც საზოგადოებაზე საკომუნიკაციო არხებით მანიპულაციის უზარმაზარი პოტენციური გავლენა გამოიყენა, საბჭოთა კავშირის კომუნისტური პარტიის დამაარსებელი - ვლადიმერ ლენინი იყო. შესაბამისად, გასაკვირი არ არის, რომ საბჭოთა მანიპულაციის მექანიზმები უნიკალურადაა მიჩნეული (Mickiewicz, 1971).

სწორედ ლენინმა ჩამოაყალიბა მოსაზრება, რომ „გაზეთი არა მხოლოდ კოლექტიური პროპაგანდისტი და აგიტატორია, არამედ კოლექტიური ორგანიზატორიც“ (ვლადიმერ ლენინი, „რით დავიწყეთ?“, 1901 წ.). ამ მოსაზრებაზე აიგო შემდგომში საბჭოთა პრესის იდეოლოგიური პოლიტიკა და მანიპულაციური ქარგა.

ფიშკინის მიხედვით, მანიპულაცია არის ის კომუნიკაცია, რომლის დროსაც ავტორი სასურველ მესიჯს სხვადასხვა მეთოდით უსვამს ხაზს და ცდილობს, კონკრეტული მოსაზრება თავს მოახვიოს სხვებს (Fishkin, 2010). თუმცა, მედიის ჭრილში, მანიპულაციას ორი მნიშვნელობა აქვს: 1. როცა მედიაორგანიზაცია მანიპულირებს მკითხველზე/მაყურებელზე კონკრეტული შედეგისთვის; 2. როცა სხვადასხვა ძალა მანიპულირებს მედიით გარკვეული სარგებლისთვის (Fitzpatrick, 2018).

მედიით მანიპულაცია მოიცავს არა მხოლოდ ძალაუფლებას, არამედ კონკრეტულად ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებას, ანუ ბატონობას.

მანიპულირება გულისხმობს არალეგიტიმურ გავლენას: მანიპულატორები აიძულებენ სხვებს, ირწმუნონ ან გააკეთონ ისეთი რამ, რაც მანიპულატორის ინტერესებშია (Chouliaraki, 2005; Rojo & Dijk, 1997).

მედია მანიპულაციის ყველაზე საშიშ მეთოდად მიჩნეულია ფარული დარწმუნება (hidden persuasion). ასეთი მანიპულირება გულისხმობს ინფორმაციის არაკეთილსინდისიერ დამუშავებას. შეერთებულ შტატებში იმ ჟურნალისტებს, რომლებიც მანიპულირების ამ ფორმას მიმართავენ, „ფარულ დამაჯერებლებს“ (the hidden persuaders) უწოდებენ. ფარული დარწმუნების ყველაზე ეფექტური გზაა გაურკვეველი და ორაზროვანი ტერმინების გამოყენება (Klobušická, 2018).

ამდენად, მედიით მანიპულაციას საკმაოდ რთული ტაქსონომია აქვს (Molina et al, 2019). მეცნიერები აღნიშნავენ, რომ ტექნოლოგიების განვითარებამ ყველაზე საშიში სიზმარი რეალობად აქცია. ამის მაგალითად მათ მოჰყავთ „Deepfakes“-ის ტიპის მანიპულაცია, რომელიც სასურველი შედეგის მისაღწევად ხელოვნურ ინტელექტს იყენებს (Chesney & Citron, 2018). დახვეწილი ვიზუალური ელემენტების გამოყენებამ მაყურებლის მხედველობითი მეხსიერებით მანიპულაცია მეტად კომპლექსური გახადა (Melkonyan, 2015). გარდა ამისა, დღეს მანიპულაციური კონტენტის გავრცელებას, ავტომატიზებული დილაკებისა და ვირუსების მეშვეობით, ხელს უწყობს სოციალური ქსელიც (მედიის განვითარების ფონდი (MDF, 2017), რომელიც ინფორმაციის სისწორის გადამოწმების მიმართ ხშირად ნეიტრალურია (Allcott & Gentzkow, 2017). სოციალურმა მედიამ საგრძნობლად გაზარდა როგორც ინფორმაციის გაზიარების სისწრაფე, ასევე მედიის გავლენა საზოგადოებაზე და მისი აზრის ფორმირებაზე (Murphy, 2017).

ნათელია, რომ მე-20 საუკუნის დასაწყისთან შედარებით, სოციალური მედიის შექმნამ და არსებობამ მნიშვნელოვნად შეცვალა თანამედროვე მედიასტანდარტები და მისი მოთხოვნები. ზუსტად ამ ტექნოლოგიურმა აფეთქებამ განაპირობა მანიპულაციური მექანიზმების მუტაცია. მეცნიერები ბოლოდროინდელ კვლევებში ამტკიცებენ, რომ მედიამომხმარებლის ქცევითი თავისებურებები სრულყოფილად არ არის შესწავლილი, კონსტრუქციულად არ არის ჩამოყალიბებული მანიპულაციური მექანიზმები და არსებობს ე.წ. ბზარი (Talwar et al, 2020).

2.1 მანიპულაციური მექანიზმების ექო თანამედროვეობაში და მათი კვლევის აუცილებლობა

მანიპულაციების ევოლუცია საბჭოთა პერიოდის პრესიდან დღევანდელ ციფრულ მედიაში მნიშვნელოვან ცვლილებებს აჩვენებს სტრატეგიებისა და მათ გავლენების მიმართულებით. საბჭოთა პრესა, რომელსაც, მაგალითად, "პრავდა" და "კომუნისტი" წარმოადგენდა, დიდ ყურადღებას უთმობდა იდეოლოგიურ კონტროლს, შერჩეული ფაქტების, ცრუ ინფორმაციის და პოზიტიური საბჭოთა მიღწევების ხაზგასმით. ამ მექანიზმების მიზანი იყო კომუნისტური პარტიისადმი ლოიალობის შენარჩუნება და განსხვავებული მოსაზრებების ჩახშობა (Roth-Ey, 2011; Yurchak, 2006).

ციფრულ ეპოქაში ეს მექანიზმები ადაპტირებულ იქნა ონლაინ პლატფორმების დეცენტრალიზებულ ბუნებაზე. რუსეთის საინფორმაციო ომის სტრატეგია, რომელიც NATO-ს კვლევებშია აღწერილი, აჩვენებს, თუ როგორ ინტეგრირდა საბჭოთა პერიოდის დეზინფორმაცია ახალ ციფრულ ინსტრუმენტებთან. თანამედროვე ტექნიკები გამოყენებულია ახალი ნარატივების ფორმირებისა და გლობალურ აუდიტორიაზე ღრმა გავლენისთვის (NATO StratCom COE, 2023; Hybrid CoE, 2022).

ბოლო კვლევები ასახავს, როგორ გამოიყენება Telegram და Twitter საზოგადოებრივი ლოიალობის შესანარჩუნებლად და მოწინააღმდეგეების დესტაბილიზაციისთვის (Bergmanis-Korāts & Haiduchyk, 2024; Baines et al, 2024). ცალკე ხაზგასასმელია 2025 წლის იანვარში გაკეთებული განცხადებები: „მეტამ“ (Meta) გამოაცხადა, რომ შეაჩერებს მესამე მხარის მიერ ფაქტების გადამოწმების (factchecking) პროგრამას აშშ-ში ისეთი პლატფორმებისთვის, როგორებიცაა Facebook, Instagram და Threads. ამის ნაცვლად, კომპანია გეგმავს "Community Notes"-ის სისტემის დაწესებას, რაც მომხმარებლებს საშუალებას მისცემს, დაამატონ კონტექსტი პოტენციურად შეცდომაში შემყვან პოსტებზე (Meta, 2025). ეს გადაწყვეტილება ექსპერტებში შეშფოთებას იწვევს, რადგან მიაჩნიათ, რომ ამან შესაძლოა დეზინფორმაციის გავრცელების ზრდა გამოიწვიოს. კრიტიკოსები თვლიან, რომ მხოლოდ მომხმარებლების მიერ მართვადი მოდერაციის სისტემაზე დაყრდნობა ეფექტური არ იქნება ცრუ ინფორმაციის გავრცელების შესაჩერებლად (BBC News, 2025). ამასთან, „მეტას“ ეს გადაწყვეტილება ემთხვევა მსგავს სტრატეგიებს,

რომლებიც სხვა სოციალური მედიის პლატფორმებზე მიიღეს, როგორცაა X (ყოფილი Twitter), რომელიც ასევე იყენებს მომხმარებელთა მოდერაციის მიდგომას. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული ჯერ მხოლოდ აშშ-ს ეხება, სავსებით რეალურია პროგნოზი, რომ ყველა ქვეყნის მომხმარებელს დაფარავს. მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, რომ საქართველოში სოციალური ქსელების მომხმარებლების უმეტესობა, კერძოდ 69%, Facebook-ის პლატფორმას იყენებს (CRRC, 2021).

2024 წლის დეკემბერში ევროპარლამენტმა მხარი დაუჭირა ევროპული დემოკრატიის ფარის კომიტეტის შექმნას. დოკუმენტის - „Information integrity online and the European democracy shield“ - მიხედვით, ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, ზემოთ აღნიშნული გლობალური საინფორმაციო სისტემები გადაიქცა გეოსტრატეგიული კონკურენციის ასპარეზად. ავტორიტარული რეჟიმები ექსპერიმენტებს ატარებენ და ამუშავებენ მეთოდებს, რომლითაც, ფაქტობრივად, შლიან დემოკრატიულ საზოგადოებებს. ამავე დროს, ეს გეოსტრატეგიული კონკურენცია იკვეთება კორპორაციულ გეოპოლიტიკაშიც, რადგან მსხვილი კომპანიები დომინირებისათვის იბრძვიან ახალ ტექნოლოგიებში, სადაც ხელოვნური ინტელექტი (AI) გადამწყვეტ როლს ასრულებს (European parliament, 2024).

თუმცა, ევროპარლამენტის განცხადების მიხედვით, ეს ტექნოლოგიური განვითარებები მნიშვნელოვან რისკებს მოიტანს. ხელოვნური ინტელექტის მიერ შექმნილი ინფორმაციის მანიპულირების კამპანიები ზრდის საფრთხეებს დემოკრატიული ინფორმაციული სისტემებისთვის. განცხადების მიხედვით, როდესაც სტრატეგიული და სისტემური ზეწოლა ღია საინფორმაციო გარემოზე იზრდება, დემოკრატიის ღირებულებების დაცვა, როგორცაა ადამიანის უფლებები და გამოხატვის თავისუფლება, ციფრულ სფეროში სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება. ინფორმაციის მთლიანობის მიმართ მაღალი ყურადღება შექმნის შესაძლებლობებს, რომელთა მეშვეობით შეიძლება გაძლიერდეს საინფორმაციო ეკოსისტემების რეზისტენტობა და დაცული იქნას ადამიანის უფლებები. ეს ემთხვევა ახალი "ევროპული დემოკრატიის ფარის" მიზნებს, რომელიც მოიცავს სხვადასხვა ზომას და კანონმდებლობას (European parliament, 2024).

დაბოლოს, ევროკავშირის კვლევები ადასტურებს, რომ ამ მანიპულაციური სტრატეგიების წინააღმდეგ ბრძოლა აქტუალური გამოწვევაა. ბრუნსის და

თანავტორების ბოლო კვლევამ, რომელსაც ევროკავშირი იზიარებს, ცხადყო, რომ დეზინფორმაციული ნაკადების თუ მანიპულატორების გამომჟღავნება და ფართო აუდიტორიისთვის გაზიარება რჩება ყველაზე ეფექტურ მეთოდად და ხელს უწყობს მანიპულაციების მიმართ საზოგადოების მედეგობის გაძლიერებას (Bruns et al., 2024).

მზარდი დეზინფორმაციული ნაკადით გამორჩეულ ეპოქაში აკადემიური კვლევები გადამწყვეტ როლს თამაშობს ყალბ ნარატივებთან ბრძოლაში როგორც საქართველოში, ასევე სომხეთში. მონაცემების მკაცრი შესწავლით და დეზინფორმაციის ნიმუშების იდენტიფიცირებით, მკვლევრებს შეუძლიათ წარმოადგინონ ემპირიული მტკიცებულებები, რითაც ხელს შეუწყობენ ინფორმირებული საზოგადოების განვითარებას. მაგალითად, დეზინფორმაციის სოციალურ-პოლიტიკურ ზემოქმედებაზე ფოკუსირებულმა კვლევებმა შეიძლება აჩვენოს, თუ როგორ უთხრის ძირს დემოკრატიულ პროცესებს მანიპულაციური ტაქტიკები, როგორც ეს შეინიშნება ევროპულ კონტექსტში (European Parliament, 2021). უფრო მეტიც, ჰიბრიდული ომის სტრატეგიების გამოკვლევები გვიჩვენებს, თუ როგორ გამოიყენება დეზინფორმაცია საზოგადოების მოწყვლადობის გამოსაყენებლად, რაც ხაზს უსვამს მძლავრი კვლევის მეთოდოლოგიების აუცილებლობას ამ ტაქტიკის გასაგებად და დასაპირისპირებლად (Casarian et al., 2023).

ადამიანებით მანიპულაცია პანდემიად გადაიქცა. ჩვენ, მსოფლიოს მოსახლეობის უმრავლესობა, გლობალური მანიპულატორების მიერ დაუნდობელი ექსპლუატაციის მთავარი სამიზნეები ვართ. სწორედ ამიტომ უნდა დავინტერესდეთ, თუ როგორ და რატომ მანიპულირებენ ჩვენზე (Coxall, 2013). ვიმედოვნებთ, რომ აღნიშნული ნაშრომი, დაგვეხმარება ამ მარადიულ კითხვებზე პასუხის გაცემასა და მედიამანიპულატორების სტრუქტურირებაში. ვფიქრობთ, რომ ამისთვის აუცილებელია სპეციალური მატრიცის შემუშავება.

2.2 მანიპულაციის მექანიზმები და ავტორის ინტერპრეტაცია

მედიამანიპულაციების მიზეზები და მექანიზმები საკმაოდ მრავალფეროვანია. სხვადასხვა ავტორი ამ ფენომენის განსხვავებულ ფორმას გვთავაზობს. განსაკუთრებით არასტრუქტურირებულია საბჭოთა პერიოდის მანიპულაციური ხრიკები პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში, მათ შორის, საქართველოსა და სომხეთის

შემთხვევაში. ლიტერატურის მიმოხილვამ ცხადყო, რომ თითქმის არ არის ნაშრომი, რომელშიც გენერირებულია მანიპულაციის შესახებ არსებული ცოდნა და სრულყოფილად არის მოცემული მანიპულაციური მექანიზმები. ამ თავში ჩვენ ვეცდებით გავაერთიანოთ ყველაზე პოპულარული მიდგომები, მომავალში ერთიანი მატრიცის შესაქმნელად.

გრაჩევის და მელნიკის მიხედვით მედიამანიპულაციები შეიძლება ასე დაიყოს:

- მასმედიის სფეროში მომუშავე ადამიანების მიკერძოებულობა და სუბიექტურობა, გამოწვეული მათი ინდივიდუალური ფსიქოლოგიური, პიროვნული მახასიათებლებით, პოლიტიკური შეხედულებებით, სიმპათიებით და ა.შ.;
- მედიის სფეროს პოლიტიკურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და ორგანიზაციულ პირობებთან ასოცირებული მიზეზები (მაგალითად, ეკონომიკური დამოკიდებულება კონკრეტულ სოციალურ აქტორებზე);
- მიზეზები, რომლებიც დამოკიდებულია თავად მასმედიის ფუნქციონირების პროცესზე: რეიტინგის, ყურადღების მიქცევისა და მასობრივი აუდიტორიის მოსაპოვებლად, მედია ხელმძღვანელობს გარკვეული საერთო ტაქტიკით - მესიჯების შექმნითა და მათი ბრუნვით (Grachev & Melnik, 1999).

აღსანიშნავია მედიამანიპულაციების 10 ცნობილი სტრატეგიის ჩამონათვალი, რომელიც ნოამ ჩომსკის (Avram Noam Chomsky) ეკუთვნის. ამ სიას ფართოდ განიხილავენ როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი კუთხით. თუმცა, მისი სადავოობის მიუხედავად, ჩვენი კვლევის სპეციფიკიდან გამომდინარე, აუცილებელია ჩომსკის მიდგომის გათვალისწინებაც. ეს სტრატეგიებია:

1. “ყურადღების გადატანის სტრატეგია;
2. პრობლემის შექმნა და მისი გადაწყვეტის გზების შეთავაზება;
3. განმეორების სტრატეგია;
4. აღსრულების გადავადების სტრატეგია;
5. მიმართე ხალხს, როგორც პატარა ბავშვს;
6. მეტი აქცენტირება ემოციაზე, ვიდრე განსჯაზე;
7. მდაბიო განათლების კულტივირებით ადამიანების უმეცრებაში დაჯერება;
8. მოქალაქეთა წაქეზება გაუნათლებლობისკენ;

9. საკუთარი დანაშაულის გრძნობის გაძლიერება;

10. ადამიანებზე იმაზე მეტი ინფორმაციის მოპოვება, ვიდრე მათ საკუთარ თავზე იციან (Chomsky, გვ. 1-2);

ჩომსკის მიერ ჩამოყალიბებული ათივე მეთოდი, მისი აზრით, მიმართულია სასურველი ეფექტის შექმნისკენ.

ადამიანზე მანიპულაციის მექანიზმები საინტერესოააა გაანალიზებული ფსიქოლოგ დევიდ მორის წიგნში „მანიპულაციის მექანიზმები“. მეცნიერი გამოყოფს შემდეგ მიდგომებს:

- **გაზლაითინგის ეფექტი (Gaslighting)**

ეს არის მანიპულირების სტილი, რომელიც იყენებს სამ სხვადასხვა ფრაზას: „ეს არ მომხდარა“, „შენ არ ხარ საღ გონებაზე“, „ეს შენი ფანტაზიაა.“ ზოგიერთი ექსპერტი თვლის, რომ ეს შეიძლება იყოს მანიპულირების ერთ-ერთი ყველაზე საშიში გზა, ვინაიდან ის მიზნად ისახავს ადრესატის დეზორიენტაციას და მსხვერპლის მიერ რეალობის განცდის შესუსტებას (Moore, 2020).

შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მკითხველისთვის ინფორმაციის განმეორება, მრავალჯერ ნახვა და სხვის მიერ გაზიარება ნდობას იწვევს. ჯერ კიდევ 1977 წელს სტენფორდის უნივერსიტეტის მეცნიერებმა აღმოაჩინეს „ნდობის ეფექტი“ („truth effect“), რომლის მიხედვითაც მესიჯი, რომელიც მომხმარებელს უკვე მოსმენილი ან წაკითხული აქვს, უფრო სანდოა, ვიდრე ახალი ინფორმაცია (ჰეშერი, გოლდსტეინი და ტორიო (Hasher, Goldstein & Toppino, 1977, გვ. 107).

როდესაც ადამიანზე ამ ტექნიკით მანიპულირებენ, იგი კარგავს კავშირს რეალობასთან და ვეღარ ენდობა საკუთარ თავს (Moore, 2020). მედიის ჭრილში ამგვარი მანიპულაცია ჰგავს დეზინფორმაციას და კავშირშია „ჰიპოდერმიული ნემსის“ თეორიასთან, რომლის მიხედვითაც ერთსა და იმავე მესიჯს ნელ-ნელა აწვდიან აუდიტორიას და სასურველ/მანიპულირებულ რეალობას აჯერებენ მედიამომხმარებელს.

- **პროეცირება (ვინმესთვის მიწერა, სხვაზე გადაბრალება)**

ამ მიდგომის მიხედვით, მანიპულატორი დანაშაულს სხვას აბრალებს. იგი იყენებს თავდაცვის ტაქტიკას, რომელიც გულისხმობს პასუხისმგებლობის სხვაზე გადატანას მის არასწორ ქმედებებზე ხაზგასმით (Moore, 2020). მედიის ჭრილში ამის

კარგი მაგალითია, არასახარბიელო ეკოლოგიური მდგომარეობისა და პრობლემების შესახებ რეპორტირებისას, იმ ქარხნების უგულვებელყოფა, რომლებიც ეკომეგობრულობის მიზნით დაწესებულ ნორმებს არ იცავენ (ამავდროულად, ტყეების განადგურება და ახალი შენობების აგების პროცესის უგულვებელყოფა და სხვ) და ისეთი მიზეზების აქცენტირება, როგორებიცაა საზოგადოების ქმედებები ან მანქანების რაოდენობის სიჭარბე.

- **თემის შეცვლა**

მეცნიერების მიხედვით, თემის შეცვლა შეიძლება უდანაშაულო ქმედებად აღვიქვათ, მიუხედავად იმისა, რომ იგი მნიშვნელოვანი მანიპულატორული ტექნიკაა. ამ გზით მანიპულატორები ცდილობენ, გაექცნენ საკუთარ სიტყვებზე ან ქმედებებზე პასუხისმგებლობას (Moore, 2020). მედიის ჭრილში ეს იგივეა, რაც ყურადღების გადატანა სხვა ამბავზე, პირველის დამალვის მიზნით.

- **ნეგატიური სიურპრიზები**

ეს არის ტექნიკა, რომელიც გამოიყენება ადამიანების წონასწორობიდან გამოსაყვანად და მათზე ფსიქოლოგიური უპირატესობის მოსაპოვებლად. მედიის შემთხვევაში, ეს არის სენსაციური ნეგატიური ინფორმაციით ემოციებზე მანიპულირება (Moore, 2020).

- **მოჩვენებითი უცოდინრობა**

მანიპულატორები თავს ისე წარმოაჩენენ, თითქოს ვერ იგებენ მსხვერპლის საჭიროებებს, ან თითქოს არ იციან, რა სურთ მათგან. ეს ჰგავს უპასუხისმგებლო მედიაორგანიზაციების მხრიდან ჟურნალისტური სტანდარტების დარღვევას და თავის „უცოდინრობის“ ან „ტექნიკური ხარვეზის“ არგუმენტით მართლებას. მაგალითად, სენსიტიური კადრების გავრცელება მაშინ, როდესაც ეს არ შეიძლება (Moore, 2020).

თუ დავაკვირდებით და გავაანალიზებთ, მივხვდებით, რომ მურის მიერ შემოთავაზებული მანიპულაციების ნაწილი ემთხვევა ჩომსკის მოსაზრებებს, რაც ცხადყოფს, რომ აქ კონკრეტული გადაკვეთების პოვნა შესაძლებელია. ამ მექანიზმებს ნაწილობრივ ემთხვევა ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული გზამკვლევის შეჯამებაც:

- მოთხოვნის შემცირება;
- ნაცნობი სახე;
- თემის შეცვლა;
- მზარდი მოთხოვნა;
- იმიტაცია;
- დეფიციტი;
- წყაროს ეფექტი;
- პროპაგანდა;
- რუტინა (Manipulation and Propaganda, 2020).

ამ რამდენიმე მოდელის ანალიზით და ჩვენ მიერ ემპირიული კვლევის შედეგად გამოვლენილი მანიპულაციური მექანიზმების საფუძველზე, შეგვიძლია შევქმნათ მედიამანიპულაციების მატრიცა, რომელიც მეტად იქნება მორგებული ქართულ და სომხურ რეალობაზე, ასევე სოციალური მედით გამოწვეულ ცვლილებებზე. აღნიშნული მანიპულაციური პრინციპები შეირჩა კვლევის თეორიული ჩარჩოს გათვალისწინებით. მნიშვნელოვანია, რომ ამ მიმართულებით განხორციელებული კვლევები, ფაქტობრივად, მეთოდოლოგიის მიხედვით, თანხვედრაშია ჩვენი კვლევის დიზაინთან. ხოლო, ფსიქოლოგიაში და მედიაში არსებული მანიპულაციების შეჯამება კიდევ ერთხელ აჩვენებს თეორიული ჩარჩოს რელევანტურობას. აქვე, მანიპულაციური მატრიცა (სახეცვლილი) გახდება კოდირების სახელმძღვანელოს საფუძველი.

უნდა ითქვას, რომ არცერთ სამეცნიერო ნაშრომში ტექსტის შემადგენელი კომპონენტები (სათაური, ლიდი და სხვ.) არ არის გამოყოფილი, როგორც მანიპულაციური ელემენტები. ამდენად, ჩვენ ვფიქრობთ, რომ ემპირიული კვლევა ახალი მანიპულატორების ამოცნობასა და დემონსტრაციაში დაგვეხმარება.

2.3 ფსიქოლოგიური მანიპულაციის ტიპოლოგია გაანალიზებული პუბლიკაციების მიხედვით - ავტორის ინტერპრეტაცია

ფსიქოლოგიური მანიპულაცია მძლავრი იარაღია, რომელსაც სხვადასხვა სუბიექტი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებისა და ნარატივის კონტროლისათვის იყენებს. საბჭოთა კავშირი, რომელიც ცნობილი იყო მედიასა და ინფორმაციაზე ცენტრალიზებული კონტროლით, ფართოდ იყენებდა ფსიქოლოგიურ

მანიპულაციებს. შესაბამისად, საბჭოთა პრესა იდეოლოგიური კონფორმულობის ხელშეწყობ ინსტრუმენტს წარმოადგენდა.

საკვლევ პერიოდში შერჩეული გაზეთების (საქართველოს შემთხვევაში - „კომუნისტი“ და სომხეთის შემთხვევაში - „სოვეტაკან ჰაიასტან“) პირველი ერთი წლის გაანალიზების და შედარების შედეგად (1962, 1964, 1969) გამოიკვეთა, რომ გაზეთების ტექსტუალურ და ვიზუალურ კონტენტში იკვეთება ბევრად მეტი ტიპის მანიპულატორი, ვიდრე ამას წინასწარი დაკვირვება აჩვენებდა. შესაბამისად, ცხადი გახდა, რომ კლასიკური მანიპულატორების გარდა, გვხვდება უფრო რთული და საინტერესო ფენომენი - ფსიქოლოგიური მანიპულაცია.

ამდენად, უკვე დამუშავებული ლიტერატურის საფუძველზე და, ასევე, გაზეთების შინაარსის გათვალისწინებით, შეირჩა სხვადასხვა მეცნიერის მიერ შემუშავებული და დამტკიცებული მანიპულაციური მექანიზმები, რომელთა მიხედვითაც გაგვიანალიზეთ გაზეთის შერჩეული ნომრები.

ფსიქოლოგიურ მანიპულაციებს მედიაში შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა ფორმა. ისინი შექმნილია აუდიტორიის აზრებზე, ემოციებსა და ქცევაზე გავლენის მოსახდენად. მანიპულაციის სახეობები მრავალია, თუმცა მედიის კონტექსტში შეგვიძლია გამოვყოთ რამდენიმე გავრცელებული ტიპის ფსიქოლოგიური მანიპულაცია:

ემოციური მოწოდებები (Emotional Appeals): მედია ხშირად იყენებს ემოციურ მიმართვებს/მესიჯებს აუდიტორიის მხრიდან კონკრეტული გრძნობების ან რეაქციების პროვოცირებისთვის. ეს შეიძლება იყოს დრამატული მუსიკა ან ისტორია. მაგალითად, შესაბამისი ძლიერი ვიზუალური ან ტექსტუალური ელემენტის გამოყენებას თანაგრძნობის, შიშის ან მღელვარების გამოწვევა შეუძლია.

პოლიტიკოსები და მარკეტინგის ექსპერტები ხშირად იყენებენ ამ მეთოდს, რომელიც მოიცავს კონცენტრირებას გზავნილის საერთო სტილზე, ტონსა და პარამეტრზე, რაც ითვალისწინებს: სხვადასხვა მედიის გამოყენებას; განმეორებითი და დამაჯერებელი მესიჯბოქსის შექმნას; იდეების დაკავშირებას სასურველ ღირებულებებთან; ცნობილი ადამიანების გამოყენებას მათი იდეების წარმოსაჩენად და სხვ. (Fox et al. 2001).

ფრეიმინგი (Framing): საინტერესოა, რომ გარდა თეორიისა, „ფრეიმინგი“ შეგვიძლია განვიხილოთ არა მხოლოდ თეორიად, არამედ, მანიპულაციის ერთ-ერთ ყველაზე ფართოდ გამოყენებად მექანიზმად. მედია იყენებს ფრეიმებს, რათა მოვლენის აღქმა შესაძლებელი იყოს სასურველი რაკურსიდან ან პერსპექტივიდან. სიტყვების, სურათებისა და კონტექსტის არჩევამ შეიძლება მნიშვნელოვნად იმოქმედოს აუდიტორიის მხრიდან ამბის ინტერპრეტაციასა და გაგებაზე.

დამაჯერებელი ენა (Persuasive Language): მედია იყენებს დამაჯერებელი ენის ისეთ ტექნიკას, როგორცაა რიტორიკა, ძლიერი კონოტაციის შემცველი სიტყვები (loaded language) ან მიმზიდველი სათაურები. ამ ტექნიკას შეუძლია შექმნას საკითხის გადაუდებლობის განცდა, ხელი შეუწყოს კონკრეტული თვალსაზრისის გავრცელებას ან კონკრეტული ამბავი გახადოს მეტად მნიშვნელოვანი (Guillain, 2016).

შერჩევითი გაშუქება (Selective Reporting): მედია საშუალებებმა ამბავი შეიძლება გააშუქონ შერჩევით: ან ხაზი გაუსვან სიუჟეტის გარკვეულ ასპექტებს ან, პირიქით - სათანადო ყურადღება არ მიაქციონ კონკრეტულ მოვლენებს. ამ ტაქტიკამ შეიძლება გამოიწვიოს მიკერძოება და გავლენა მოახდინოს საზოგადოებრივ აზრზე ნარატივის კონკრეტული მიმართულების ჩამოყალიბებით. თუ დავაკვირდებით, ეს უკანასკნელი ჰგავს „ცენზურას“, რომელშიც გაშუქება სელექციურად ხდება (Zhu & Dukes, 2015).

სტერეოტიპირება, დემონიზაცია (Stereotyping and demonisation): მედიას შეუძლია გააძლიეროს ან შეასუსტოს სტერეოტიპები გარკვეულ ჯგუფებთან ან ინდივიდებთან მიმართებით. ამან შეიძლება გავლენა მოახდინოს იმაზე, თუ როგორ აღიქვამენ და ურთიერთობენ ადამიანები ამ ჯგუფებთან, რაც აძლიერებს მიკერძოებას და ცრურწმენებს.

სტერეოტიპირება არის მედიამანიპულაციის გავრცელებული ფორმა, რომელიც მოიცავს ინდივიდების ან ჯგუფების ზედმეტად განზოგადებული წარმოდგენების შექმნას/ჩამოყალიბებას მათი იდენტობის ან კუთვნილების მიხედვით. მედიასაშუალებები, შეგნებულად თუ გაუცნობიერებლად, იყენებენ სტერეოტიპებს საზოგადოებაში მოსაზრებებით მანიპულირების, რთული ნარატივების გამარტივებისა და ადვილად ცნობადი პერსონაჟების ან ჯგუფების შექმნისათვის (Goff et al, 2015).

სტერეოტიპს მედიაში შეუძლია მნიშვნელოვნად განსაზღვროს, თუ როგორ აღიქვამენ ინდივიდები საკუთარ თავს და სხვებს. ის გავლენას ახდენს დამოკიდებულებებზე, რწმენასა და ქცევებზე მიკერძოების გაძლიერებით და დისკრიმინაციული იდეების გამყარებით. განმეორებითი სტერეოტიპების ზემოქმედებამ შეიძლება გამოიწვიოს მიკერძოების ინტერნალიზაცია, რაც ხელს უწყობს ცრურწმენას, დისკრიმინაციას და მარგინალიზაციას (Entman, 1993; Cuddy, Fiske & Glick, 2007). თითქმის იდენტურია დემონიზაციაც, რომელიც გულისხმობს მოწინააღმდეგის ბოროტად, საშიშად ან ამორალურად წარმოჩენას, რათა მანიპულატორმა მოიპოვოს მხარდაჭერა და გაამართლოს აგრესიული პოლიტიკა.

შიშის გაღვივება (Fearmongering): მედია ზოგჯერ იყენებს შიშს, როგორც აუდიტორიაზე მანიპულირების ინსტრუმენტს. პოტენციურ საფრთხეებზე ხაზგასმით ან საფრთხეების გაზვიადებით, მედიას შეუძლია გამოიწვიოს შფოთვა და გავლენა მოახდინოს საზოგადოებრივ აზრსა თუ ქცევებზე. ამის მაგალითია ომით მანიპულირების ფენომენი, რაც ჭარბად გვხვდება საბჭოთა პრესაში. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ორი შესაძლოა ცალკეც განვიხილოთ, ომი მაინც შიშთან ასოცირდება.

შიშის გაღვივებას ხშირად მიმართავენ მედიები და პოლიტიკოსები. შიშის გაღვივება მიზნად ისახავს საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებას, გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე ზემოქმედებას და ნარატივების გაკონტროლებას. შიშით მანიპულირების ტაქტიკა ადამიანების პირველყოფილ ემოციებზე მოქმედებს. კერძოდ, შიშის გაღვივებით წარმოქმნილმა ემოციურმა ინტენსივობამ შეიძლება შეაფერხოს კრიტიკული აზროვნება და გამოიწვიოს იმპულსური და ირაციონალური გადაწყვეტილების მიღების ტენდენცია (Furedi, 2002; Pyszczynski, Solomon & Greenberg, 2003).

სოციალური მტკიცებულება (Social Proof): სოციალური მტკიცებულება არის ფსიქოლოგიური კონცეფცია, როდესაც ადამიანებზე გავლენას ახდენს სხვების გადაწყვეტილებები. ეს მათ აიძულებს, იმოქმედონ საზოგადოებრივი ნორმების ან მოლოდინების ფარგლებში. მედია ხშირად იყენებს სოციალურ მტკიცებულებებს და ამით ნერგავს ილუზიას, რომ სხვისი ქმედებები ან რწმენა სწორია. ეს ხდება პოპულარული მოსაზრებების, ცნობილი ადამიანების მიდგომების ან ჩვევების წარმოდგენით, რადგან მათ მარტივად შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ ადამიანების

ქცევებზე. „სოციალური მტკიცებულება“ არის ძლიერი ფსიქოლოგიური ფენომენი, რომელიც შეიძლება გამოყენებული იყოს, როგორც მანიპულირების ტექნიკა კომუნიკაციურ სისტემაში.

სოციალური მტკიცებულება მანიპულირებს სხვადასხვა ფსიქოლოგიური მექანიზმის მეშვეობით. ეს, უმეტესწილად, არის „კუთვნილების საჭიროება“ და „სოციალურ ნორმებთან შესაბამისობის“ სურვილი. ადამიანები ხშირად ეყრდნობიან სხვების ქცევებსა და მოსაზრებებს, როგორც გაურკვეველ ან ორაზროვან სიტუაციებში შესაბამისი ქცევის მინიშნებებს - პატერნებს. „სოციალური მტკიცებულება“, როგორც მანიპულაცია, იყენებს ამ მექანიზმებს, რათა ჩამოაყალიბოს დამოკიდებულებები და გავლენა მოახდინოს გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე (Berger, 2013; Cialdini, 2009).

საინტერესოა, რომ აღნიშნული ფსიქოლოგიური მანიპულატორი პირდაპირ კავშირშია ჩვენი კვლევისთვის შერჩეულ სოციალურ-კოგნიტიურ თეორიასთან, რომელიც სოციუმში არსებული პატერნების დასწავლას გულისხმობს.

ამავე მანიპულატორთან ძალიან ახლოს დგას „მომხრეთა რიცხვის ზრდის ეფექტი“ (**Bandwagon Effect**). მანიპულაციის ამ ტაქტიკის მიხედვით, ეს არის ფენომენი, როცა ადამიანი, მიუხედავად საკუთარი შეხედულებებისა, აკეთებს იმას, რასაც - მასა, ანუ დომინირებს აზრი, რომ კონკრეტული შეხედულება ფართოდ არის მიღებული. ეს კი ხელს უწყობს იმის პოპულარიზაციას, რომ გარკვეული ქცევა ნორმაა.

სუბლიმინალური შეტყობინებები (Subliminal Messaging): სუბლიმინალური ანუ ქვეცნობიერი შეტყობინებები გულისხმობს ფარული ან შენიღბული სტიმულების ჩაშენებას კონტენტში, რათა გავლენა მოახდინოს მომხმარებლის ქვეცნობიერზე. სავარაუდო მიზანი არის დამოკიდებულებების ან ქცევების ჩამოყალიბება. სუბლიმინალური შეტყობინება არის ტექნიკა, რომელიც გავლენას ახდენს მედიამომხმარებელზე ისე, რომ ის ვერ ხვდება, რომ გავლენის ქვეშაა. ეს შეიძლება მოიცავდეს ტექსტის, ფარული გამოსახულებების ან დახვეწილი მინიშნებების გამოყენებას, რომლებიც გავლენას ახდენს აუდიტორიაზე არაცნობიერის დონეზე. სუბლიმინალურ შეტყობინებებს ვიღებთ ინფორმაციის სახით, ავტორის გარკვეული განზრახვით, მაგრამ მისი ჭეშმარიტი შინაარსი გაშიფრულია არა ცნობიერში, არამედ

ინდივიდის ქვეცნობიერში (Karremans et al, 2006). ცხადია, ქვეცნობიერში კონკრეტული კოდების შექმნა ცალკე მანიპულაციაა, რომელიც საშიში გრძელვადიანი სტრატეგიის ნაწილია და მიზნად ისახავს, საჭირო დროს მათ გაცოცხლებას.

სუბლიმინალური შეტყობინებები გულისხმობს ისეთი სტიმულების გამოყენებას, როგორებიცაა სურათები, ბგერები ან სიტყვები, რომლებიც ცნობიერი აღქმის ზღურბლს ქვემოთ არიან, მაგრამ მაინც შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ ინდივიდის აზრებზე, ემოციებსა და ქცევებზე. სუბლიმინალური შეტყობინებები სხვადასხვა ფსიქოლოგიურ მექანიზმებს იყენებს. მათ შორისაა: 1) პრაიმინგი, რომელშიც სტიმულის ზემოქმედება გავლენას ახდენს შემდგომ აზრებსა თუ ქმედებებზე; 2) უბრალო ექსპოზიციის ეფექტი, რომელშიც სტიმულების განმეორებითი ზემოქმედება ზრდის ცნობადობას და უპირატესობას; და 3) უსიტყვო დამუშავება, რომელშიც ინფორმაცია ქვეცნობიერად მუშავდება და შეუძლია შემდგომი ქცევის ფორმირება (Greenwald, Klinger & Liu, 1989).

უნდა ითქვას, რომ აღნიშნულ ფსიქოლოგიურ მანიპულაციებსა და ჩვენ მიერ შერჩეულ თეორიებს შორის პარალელის გავლება მარტივადაა შესაძლებელი. მცირე ანალიზი აჩვენებს, რომ ჩამოთვლილი მექანიზმები სამივე თეორიის საფუძველს წარმოადგენს. შესაბამისად, კვლევის მთავარი ეტაპის დასაწყებად, ამ მანიპულაციური მექანიზმების მიხედვით, ჩამოყალიბდა კოდირების სახელმძღვანელო/მატრიცა, რომელიც საშუალებას გვაძლევს, რომ, გაზეთის კონტენტის დათვლის შემდეგ, გამოვიტანოთ შესაბამისი დასკვნები.

• კოდირების მატრიცა

პუბლიკაციები შეირჩა შემდეგი მახასიათებლების მიხედვით (მათ მეორე ფაზაზე დაემატება თანამედროვე მანიპულაციების მატრიცა):

ტექსტუალური მახასიათებლები/სიტყვები

- პუბლიკაციები ომის შესახებ;
- კრიზისი, აჯანყება, პროტესტი, გაფიცვა;
- პუბლიკაციები, რომლებშიც პოზიციონირებს „მტერი“;
- „სამაგალითო“ ადამიანები;
- საერთო საქმის წარმატება;

- ემოციური ფრაზები;
- საგანმანათლებლო კონტენტი;
- ინფორმაცია წარუმატებლობის შესახებ/შედარება.

აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული მახასიათებლები შერჩეულია ფსიქოლოგიური მანიპულაციების მიხედვით. შესაბამისად, პუბლიკაციების ამ პრინციპით დახარისხება, საერთო ჯამში, გაგვიყვანს მიზეზშედეგობრივ კავშირზე, რაც ნათლად აჩვენებს, თუ რომელი პუბლიკაცია/მანიპულატორი რა მიზნით გამოიყენებოდა და რა ფსიქოლოგიურ გავლენას ემსახურებოდა.

ამასთან, შემუშავებული ახალი მატრიცა საშუალებას გვაძლევს, მომავალში გავამარტივოთ და სისტემაში ჩავსვათ მანიპულაციური ტექსტების კვლევა. პირველ ეტაპზე მანიპულაციების მატრიცა ასე გამოიყურება:

2) ცხრილი N1: მანიპულაციების მატრიცა

	ტექსტით მანიპულაცია (რიტორიკული სიცხურე და სხვ.)	ფრეიმინგი	შერჩევითი გაშუქება	დემონინზაცია/ სტერეოტიპირება	შიშის გაღვივება	პროეცირება	სუბლიმინალური შეტყობინებები	ფსევდო-პოზიტივით მანიპულირება
ომი, კრიზისი, აჯანყება		✓	✓	✓	✓	✓	✓	
სამაგალითო ადამიანები/მოვლენები	✓		✓				✓	✓
საერთო საქმის წარმატება	✓						✓	✓
საგანმანათლებლო კონტენტი (ლექსები საბჭოთა რეჟიმზე და სხვა)	✓						✓	✓

ინფორმაცია წარმეტებლობის შესახებ (დასავალეთი)	✓	✓	✓	✓			✓	
„მტრის“ ხატის შექმნა	✓	✓		✓		✓		
გმირის ხატების შექმნა	✓	✓	✓				✓	✓
სამეცნიერო წარმატებები	✓		✓				✓	✓

Y ღერძზე ჩამოთვლილია საგაზეთო პუბლიკაციების ხასიათი/მთავარი შინაარსი, ხოლო X ღერძზე ყველაზე ხშირი მანიპულაციური მექანიზმები. აღნიშნული მატრიცა გვაძლევს საშუალებას, მარტივად დავახარისხოთ პუბლიკაციები და შესაბამის ველში ე.წ. პლუსების საფუძველზე მივხვდეთ, თუ კონკრეტული შინაარსისთვის რა მანიპულაციური ტაქტიკა გამოიყენება.

თავი III: საბჭოთა პერიოდი - ზოგადი რაოდენობრივი შედეგები

საკვლევ პერიოდში (1962, 1964, 1969) ფართო სურათის შესაქმნელად დავაკვირდით „კომუნისტის“ და „სოვეტაკან ჰაიასტანის“ 368 საგაზეთო ნომერს. დასაკვირვებელი გაზეთები შეირჩა პრინციპით: წელიწადში ყოველი მე-5 ნომერი ($N_{x+5} = N1, N5, N15... N305$). ხოლო, კონტენტ-ანალიზისა და მანიპულაციური მექანიზმების მიხედვით, დასახარისხებლად შერჩეული ნომრებიდან გამოიყო უნივერსი - ყოველი მე-2 ნომერი (შერჩეული 368 ნომრიდან) - ჯამში 184 ნომერი ორივე გაზეთიდან. შესაბამისად ნომრები შეირჩა ფორმულით $N_{x+10} = N1, N10, N20... N300$. 10 ნომრის ინტერვალი განისაზღვრა გაზეთების ადეკვატური რაოდენობის მისაღებად. აღსანიშნავია, რომ 10 ნომერი არ წარმოადგენს რადიკალურ ნახტომს. გამოცემის ეს სიხშირე გულისხმობს 2-3 ნომერს თვეში, შესაბამისად, კონკრეტული ტენდენციების წარმოსაჩენად შერჩეული რაოდენობა რაციონალური არჩევანია.

- **გაზეთის ზოგადი აღწერილობა**

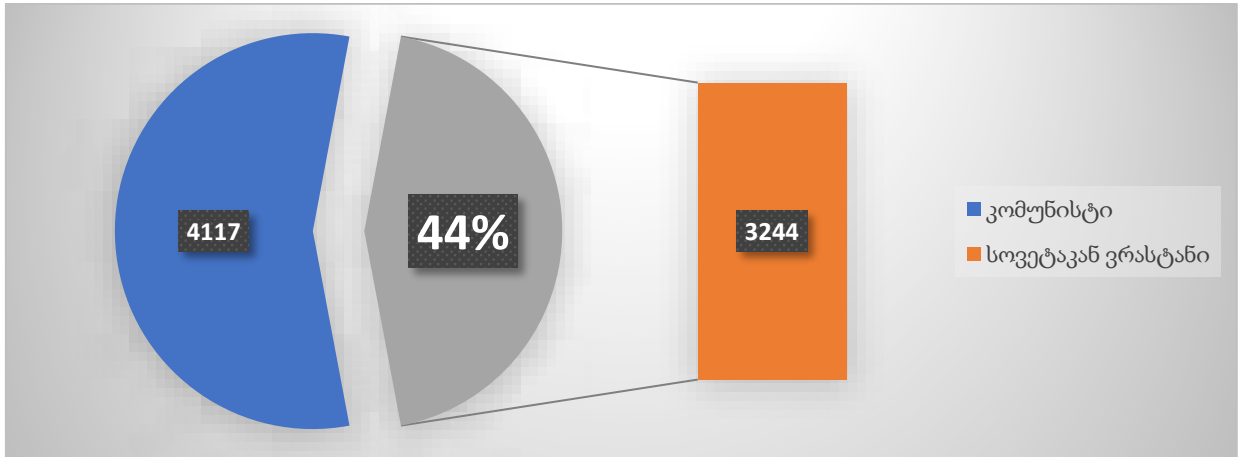
ორივე შემთხვევაში („კომუნისტი“; „სოვეტაკან ჰაიასტანი“) გაზეთის თითო ნომერი 4 სავსე გვერდისგან შედგება. გაზეთების დიზაინი, ძირითადი ელემენტები, წარწერები და წერის სტილი ემთხვევა. გაზეთში მუდმივი თემატური რუბრიკები თითქმის არ გვხვდება. „კომუნისტში“ მკაფიოდ არის გამოკვეთილი „სპორტი“ და „საერთაშორისო ცხოვრება“, რომლებსაც შესაბამისი ლოგოები აქვს. „სოვეტაკან ჰაიასტანშიც“ იდენტურად ყველაზე ხშირად გვხვდება რუბრიკა „სპორტი“ და „გზავნილები უცხოეთიდან“ (ვიზუალური გაფორმება იგივე). ასევე გვხვდება ისეთი ბლოკები, როგორებიცაა: „ტელეგრაფი გვატყობინებს“, „ჩვენს დიად სამშობლოში“ და სხვ. მსგავსებების მიუხედავად, რაოდენობრივმა და თვისებრივმა კვლევამ აჩვენა განსხვავებებიც, რამაც მნიშვნელოვნად შეცვალა კვლევის განვითარების მიმართულება.

3.1 პუბლიკაციების რაოდენობა გაზეთების და ქვეყნების მიხედვით

საერთო ჯამში საკვლევ პერიოდში (1962, 1964, 1969 წლები) შერჩეული უნივერსის ფარგლებში (184 ნომერი ორივე გაზეთიდან) სხვადასხვა ხასიათის 7361 პუბლიკაცია (მცირე გამოტანების, განცხადებების, გართობის სვეტების გარეშე) გამოქვეყნდა. აქედან თვალსაჩინოა, რომ „კომუნისტი“ მეტად დატვირთულია როგორც ნიშან-ხატებით, ისე - ინფორმაციული თვალსაზრისით. რაოდენობრივი

კონტენტ-ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა (იხ. დიაგრამა N1), რომ „კომუნისტი“ გამოქვეყნებული პუბლიკაციების წილია 56% (n=4117), ხოლო სომხური „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ 44% (n=3244).

3) დიაგრამა N1: გაზეთში გამოქვეყნებული პუბლიკაციების რაოდენობა



ნათელია, რომ ქართული „კომუნისტი“ ინფორმაციულად მეტად დატვირთულია. აღნიშნული ასევე იკვეთება „საერთაშორისო ამბების მიმოხილვის“ ბლოკშიც, რომელიც ყველა ნომრის ბოლო გვერდზე გვხვდება. იგივე პრინციპი არის გამოყენებული სომხურ „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ - საერთაშორისო ამბები ბოლო გვერდზეა დატანილი.

• **პუბლიკაციების დაყოფა ტონის მიხედვით**

აღნიშნულ კვლევაში დიდი ყურადღება ეთმობა პოზიტიური და ნეგატიური ამბების დათვლას და გაყოფას. ეს უკანასკნელი კავშირშია ყველა იმ ფსიქოლოგიურ მანიპულაციასთან და თეორიასთან, რომლებიც კვლევისთვის შეირჩა. შესაბამისად, ზოგადი დაკვირვების შედეგად, პოზიტიური ინფორმაციები შეირჩა შემდეგი მახასიათებლების მიხედვით (იხ. ცხრილი N2):

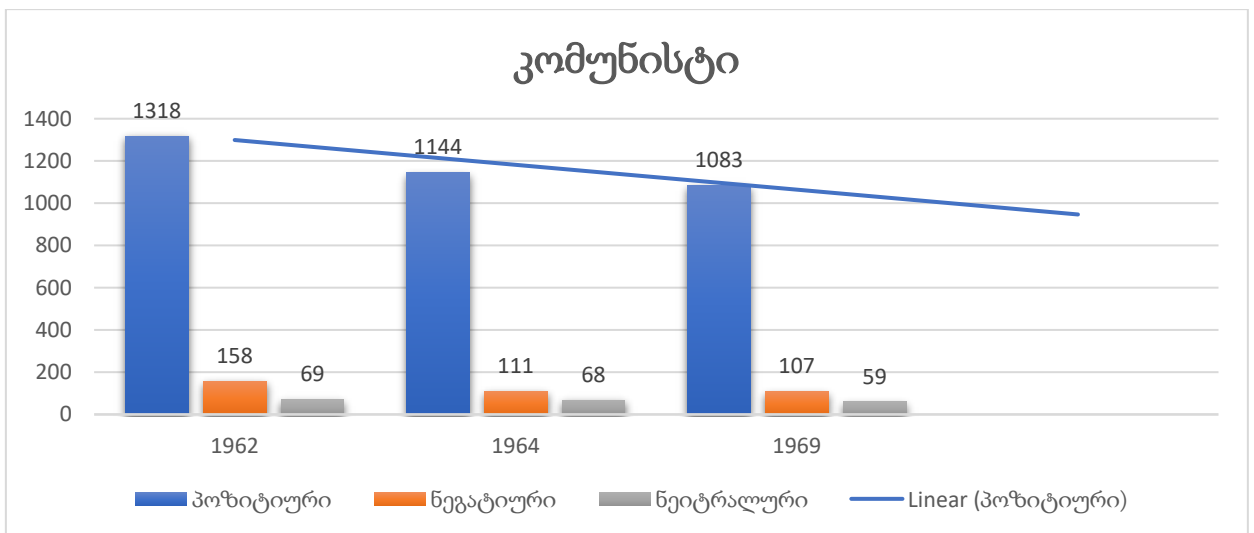
4) N2: ნეგატიური და პოზიტიური ტონის დაყოფა

პოზიტიური	ნეგატიური
<ul style="list-style-type: none"> გამარჯვება; 	<ul style="list-style-type: none"> ომი და საბრძოლო მოქმედებები;
<ul style="list-style-type: none"> ფინანსური სარგებელი; 	<ul style="list-style-type: none"> წაგება/დამარცხება/აჯანყება;
<ul style="list-style-type: none"> სოფლის მეურნეობის განვითარება; 	<ul style="list-style-type: none"> კრიზისული ვითარება/პროტესტი;
<ul style="list-style-type: none"> გეგმის შესრულება; 	<ul style="list-style-type: none"> წარუმატებელი გეგმა;

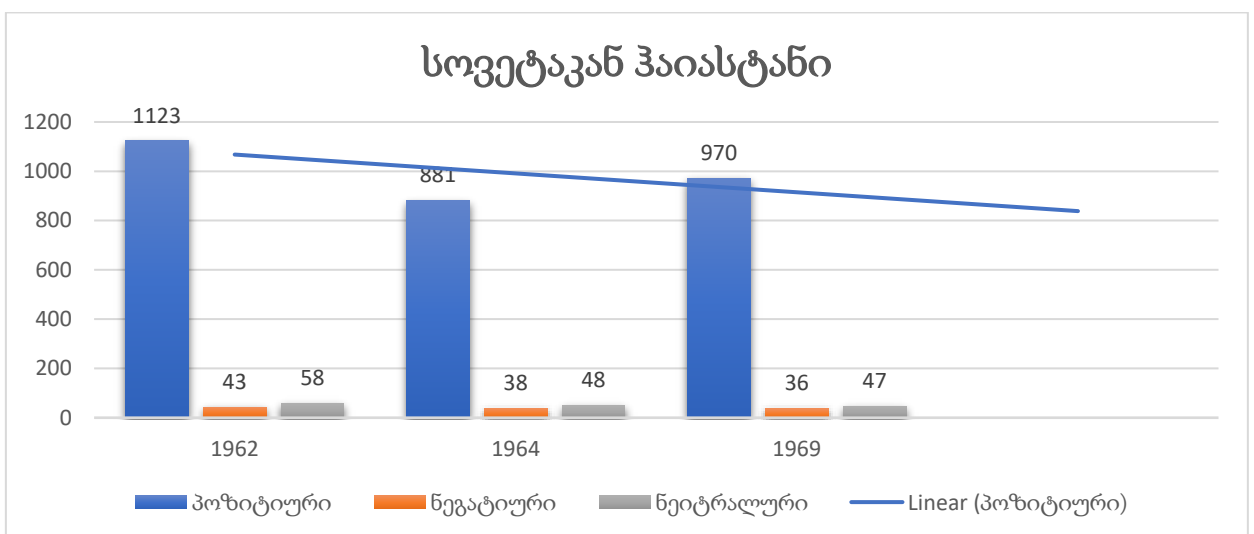
<ul style="list-style-type: none"> • სხვადასხვა პროფესიის ადამიანების წარმატება; 	<ul style="list-style-type: none"> • შიმშილი, ეკონომიკური კრიზისი და სხვ.
<ul style="list-style-type: none"> • მშენებლობა; 	
<ul style="list-style-type: none"> • მეცნიერული წინსვლა; 	
<ul style="list-style-type: none"> • ახალი თანამშრომლობა და სხვ. 	

შესაბამისი მახასიათებლების მიხედვით საკვლევ პერიოდში დათვლილი 7361 პუბლიკაცია დაყავით ნეგატიურ, პოზიტიურ და ნეიტრალურ ამბებად, რათა დაგვედგინა მათი ხასიათი და რიტორიკა (იხ. დიაგრამები N2, N3).

5) დიაგრამა N2: პოზიტიური, ნეგატიური და ნეიტრალური პუბლიკაციების განაწილება - საქართველო: „კომუნისტი“



6) დიაგრამა N3: პოზიტიური, ნეგატიური და ნეიტრალური პუბლიკაციების განაწილება - სომხეთი: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“



საერთო ჯამში, 7361 ინფორმაციის 8,5% (n=493) კვალიფიცირდა, როგორც ნეგატიური, ხოლო 4,3% (n=349) - ნეიტრალური, 87,12% (n=6519) კი - პოზიტიური.

▪ **საერთაშორისო ამბები და მათი წილი ნეგატიური პუბლიკაციებში**

იმისთვის, რომ გაგვეგო, რა შინაარსის არის ნეგატიური სახის პუბლიკაციები ორივე გაზეთში („კომუნისტი“ და „სოვეტაკან ჰაიასტანი“), ჩავატარეთ მათი კონტენტ-ანალიზი პუბლიკაციების მთავარი ობიექტების განსასაზღვრად. ნეგატიური ინფორმაციის საერთო რაოდენობის (n=493) მხოლოდ 7.09 %-ია (n=35) ადგილობრივი (საბჭოთა კავშირის ქვეყნები, საქართველო, სომხეთი ან სხვ.), ნეგატიური ინფორმაციის დანარჩენი 93% (n=458) კი ე.წ. საერთაშორისო ამბების ბლოკში გვხვდება.

მნიშვნელოვანია, რომ საერთაშორისო ამბების რუბრიკაში თითოეული ამბავი იწყება იმ ქვეყნის ან ქალაქის მითითებით, რომლებსაც ეძღვნება ამბავი (მაგ. ნიუ-იორკი, პარიზი, ჯაკარტა, ლონდონი, ვაშინგტონი და სხვ.), რითაც მარტივდება ინფორმაციის ადრესატის იდენტიფიცირება. ქვეყნის ან ქალაქის დასახელების საგაზეთო ფონტი, როგორც წესი, წონაში გაზრდილია (გამუქებულია), რაც პირდაპირ მიუთითებს ამბის მთავარ ობიექტზე. ეს გაზეთის სტილად შეიძლება ჩაითვალოს, მაგრამ, ადგილობრივი ამბების შემთხვევაში, პირველი სიტყვა ხშირად არის მთავარი მესიჯი, მაგ. მოწინავე, ახალგაზრდობა, მიზანი, სსრ, სტუდენტთა და სხვ.

იმისთვის, რომ განვსაზღვროთ თუ ყველაზე ხშირად რა მანიპულაციური მექანიზმებია გამოყენებული უცხოეთის ამბების გაშუქებისას, შეიქმნა სპეციალური ცხრილები, რომლებშიც ნაჩვენებია პუბლიკაციის მთავარი ობიექტი, მისი ნეგატიურად მოხსენების სიხშირე, რიტორიკა, რას წერენ ამ ობიექტზე და რომელი მანიპულაციური მექანიზმია გამოყენებული.

3.2 1962 წელი - საქართველო

ნეგატიური პუბლიკაციების რაოდენობრივი და თვისებრივი კონტენტ-ანალიზის შედეგად, დაიკვირვება, რომ შერჩეულ ისტორიულ პერიოდში (1962 წელი) „კომუნისტში“ ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელების მთავარი სამიზნე ამერიკის შეერთებული შტატები (N=62) წარმოადგენს, შემდეგი კი საფრანგეთია (N=31), რომელსაც კუბა (N=22) და დიდი ბრიტანეთი მოჰყვება (N=16).

7) ცხრილი N3: პუბლიკაციების რაოდენობა ობიექტის მიხედვით - 1962 წელი

ობიექტი	რაოდენობა
ადგილობრივი (სომხეთი, საქართველო)	6
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	62
საფრანგეთი (პარიზი)	31
კუბა (ჰავანა)	22
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	16
დასავლეთ გერმანია (ბონი)	7
სხვა: იტალია, ისრაელი, ბელგია, დანია და სხვ. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის ამბებში მოხსენიებული.)	15
სულ	158

სიას თუ დავაკვირდებით (იხ. ცხრილი N3), ამავე ჯგუფში შედის ყველა ის ქვეყანა, რომელიც ცივი ომის პერიოდში ნატოს წევრი, შესაბამისად ამერიკის აპრიორი მოკავშირე იყო. კერძოდ, როგორც ლიტერატურაში მიმოვიხილეთ, ამ ცხრილის კონტექსტშიც კიდევ ერთხელ შეგვიძლია გავაანალიზოთ ნეგატიური ამბების გავრცელების ობიექტები და ცივი ომის პერიოდში დაპირისპირებული მხარეები (იხ. ცხრილი N4).

8) ცხრილი N4 ცივი ომის ალიანსები

ცივი ომის მთავარი ალიანსები	
<p>დასავლეთის ბლოკი (აშშ-ის ხელმძღვანელობით)</p> <p>ნატო (ჩრდილოატლანტიკური ხელშეკრულების ორგანიზაცია): დაარსებული 1949 წელს, იყო მთავარი სამხედრო ალიანსი, რომელიც ჩამოყალიბდა დასავლური ძალების მიერ. მასში შედიოდნენ ქვეყნები, რომლებიც შეერთებულ შტატებთან თანამშრომლობდნენ და მხარს უჭერდნენ კაპიტალიზმსა და დემოკრატიულ მმართველობას. ძირითადი წევრები იყვნენ:</p>	<p>აღმოსავლეთის ბლოკი (საბჭოთა კავშირის მეთაურობით):</p> <p>ვარშავის პაქტი:</p> <p>ჩამოყალიბდა 1955 წელს ნატოს საპასუხოდ და იყო აღმოსავლეთ ევროპის კომუნისტური სახელმწიფოების სამხედრო ალიანსი საბჭოთა გავლენის ქვეშ. ძირითადი წევრები იყვნენ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • საბჭოთა კავშირი (სსრკ); • აღმოსავლეთ გერმანია; • პოლონეთი;

<ul style="list-style-type: none"> • შეერთებული შტატები; • გაერთიანებული სამეფო; • საფრანგეთი; • დასავლეთ გერმანია; • კანადა; • იტალია; • ბელგია; • ნიდერლანდები; • ნორვეგია; • დანია; • პორტუგალია; • თურქეთი (შეუერთდა 1952 წელს); • საბერძნეთი (შეუერთდა 1952 წელს); • სხვები, მათ შორის ლუქსემბურგი და ისლანდია. <p>აშშ-ს სხვა მოკავშირეები: აშშ-ს ჰყავდა რამდენიმე ნატოს არაწევრი მოკავშირე მთელს მსოფლიოში:</p> <ul style="list-style-type: none"> • იაპონია • სამხრეთ კორეა • ავსტრალია • ახალი ზელანდია • ტაივანი (ჩინეთის რესპუბლიკა) • სამხრეთ ვიეტნამი (ვიეტნამის ომის დროს) • ისრაელი • ირანი (1979 წლის რევოლუციამდე) • ფილიპინები • ტაილანდი 	<ul style="list-style-type: none"> • ჩეხოსლოვაკია; • უნგრეთი; • ბულგარეთი; • რუმინეთი; • ალბანეთი (დატოვა ვარშავის პაქტი 1968 წელს). <p>საბჭოთა კავშირის სხვა მოკავშირეები: ვარშავის პაქტს მიღმა, საბჭოთა კავშირს მჭიდრო ალიანსები ჰქონდა მსოფლიოს რამდენიმე სხვა კომუნისტურ და სოციალისტურ ქვეყანასთან:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ჩინეთი (ჩინეთ-საბჭოთა ურთიერთობები ძლიერი იყო 1960-იან წლებში ჩინეთ-საბჭოთა განხეთქილებამდე); • ჩრდილოეთ კორეა; • ჩრდილოეთ ვიეტნამი (ვიეტნამის ომის დროს); • კუბა; • მონღოლეთი; • უკავშირო მოძრაობა.
---	--

კონტენტ-ანალიზი აჩვენებს, რომ ყველა ქვეყნის მიმართ გამოიყენება შესაბამისი მანიპულატორები, კონკრეტულ ისტორიულ პერიოდზე და მოვლენაზე მორგებული კონტექსტი და რიტორიკა. სპეციალური ინტერაქციული რუკა ქვეყნების მიხედვით ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელების სიხშირეს ცხადყოფს.

- *აშშ - 62 ნეგატიური პუბლიკაცია¹*

კვლევის პირველივე ეტაპზე (1962 წელი) ნათელია, რომ ნეგატიური ინფორმაციის მთავარი ტალღა შეერთებული შტატებისკენ არის მიმართული. ამ კუთხით, მანიპულაციური მექანიზმები მრავალმხრივია, რადგან გვხვდება როგორც ტრადიციული მედიამანიპულაციები, როგორებიცაა ფრეიმინგი ან სელექციური გაშუქება, ასევე აშკარა კლასიკური ფსიქოლოგიური მანიპულაციები, მაგალითად - დემონიზაცია, გაზღაივინგი და, მათ შორის ყველაზე საინტერესო - საზოგადოების აზრით მანიპულირება პროეცირების დახმარებით. ამის დემონსტრაციისთვის შეგვიძლია დავაკვირდეთ შემდეგ ამონარიდებს და მთავარ მესიჯებს:

- „ორ კვირას გრძელდებოდა ნიუ-იორკში ნავსადგურის მუშათა გაფიცვა“ – [1962/N1, დანართი N75] (თითქმის ყველა ნომერში არის გაფიცვების რაოდენობის ნუსხა);
- „აშშ-ის ცენტრალური სადაზვერვო სამმართველოს ახალი ხელმძღვანელის ჯონ მაკოუნის შესახებ... კომისია ოქმებში აღმოაჩენს, რომ ჯერ კიდევ იმ დროს, აღნიშნავს პირსონი, როცა მაკოუნს ეკავა აშშ-ის ავიაციის მინისტრის მოადგილის პოსტი, მან „კაიზერფრეზერის“ კომპანიას მისცა სატვირთო სატრანსპორტო თვითმფრინავის „ფლეინგ ბოკსკირის“ მშენებლობის კონტრაქტი იმ ფასად, რომელიც ერთისამად აღემატება ფასს, რასაც მთავრობა იხდის.“ [1962/N10, დანართი N4];
- „ამერიკის პრესა წინასწარმეტყველებს, რომ კენედის მთავრობა წელს დიდ სიძნელებებს წააწყდება“ [1962/N10, დანართი N5];
- „აშშ-ის მეშვიდე ფლოტი მზად არის მხარი დაუჭიროს ჰოლანდიელ კოლონიზატორებს“ [1962/N20, დანართი N6];
- „ამერიკის მეცნიერთა ფედერაციის საბჭომ მოწოდებით მიმართა აშშ-ის მთავრობას არ განახლოს ატომური იარაღის გამოცდა ატმოსფეროში... მეცნიერები აღნიშნავენ, რომ აშშ-ის და საბჭოთა კავშირს უკვე საკმაო რაოდენობით აქვთ იარაღი, რათა მოსპონ ერთმანეთი.“ [1962/N30, დანართი N7];

¹ ავტორების სტილი დაცულია ყველა პუბლიკაციის შემთხვევაში

- „გლენის გაშვების ვადის მეექვსეჯერ გადატანა გამოწეულია „ტექნიკური სიძნელეებით“ [1962/N30, დანართი N8];
- „ახლა, წერს რესტონი, აშშ აწარმოებს გამოუცხადებელ ომს სამხრეთ ვიეტნამში, ეს კარგად იცის ყველა დაინტერესებულმა მხარემ, გარდა ამერიკელი ხალხისა... აშშ-ის ვერტმფრინავებს ჯარები გადაჰყავთ ჯუნგლებში და ცეცხლს უშენენ, როცა მათ ესვრიან. ისინი იმყოფებიან სამხრეთ ვიეტნამში, როგორც აღნიშნულია ასოშიეტედ პრესის უკანასკნელ ცნობებში „სამხედრო საწყისებზე“ - [1962/N40, დანართი N9];
- გლენის გაფრენა კვლავ, უკვე ბერვეჯერ, გადაიდო „დაშვების რაიონში ცუდი ამინდის გამო“ - [1962/N40, დანართი N10];
- „გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გენერალური ასამბლეის XVI სესიაზე ჯგუფმა განიხილა და მჭევრმეტყველად დაადასტურა მთელი მსოფლიოს შეშფოთებია იმის გამო, რომ ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა მოაწყეს დაქირავებული აგენტების შექრა კუბაში 1961 წლის აპრილში. სოციალისტური ქვეყნები, აღნიშნა საბჭოთა წარმომადგენელმა, მტკიცედ დადგინენ გმირი კუბის მხარეზე და მხარი დაუჭირეს სამშობლოს თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობისათვის კუბელი ხალხის სამართლიან ბრძოლას.“ - [1962/N50, დანართი N11];
- „1937 წელს ლინკოლნელებმა, რომელთაც არ გააჩნდათ რაიმე წინასწარი სამხედრო მომზადება, ცუდად იყვნენ შეიარაღებული, აკლდათ სურსათი და მედიკამენტები, გმირობის სასწაულები მოახდინეს ესპანეთის ფრონტზე... ამჟამად ლინკოლნის ბრიგადის ვეტერანები, ისევე როგორც აშშ-ის ბევრი სხვა პროგრესული ორგანიზაცია, საშინელ რეპრესიებს განიცდიან პოლიციისგან...ლინკოლნის ბრიგადის ვეტერანები კვლავაც იბრძოლებენ იმისთვის, რომ ყოველ ამერიკელს ჰქონდეს უფლება იყოს ანტიფაშისტი.“ - [1962/N50, დანართი N12];
- „დღეს დილით საავიაციო ბომბების აფეთქებამ შეაზანზარა სამხრეთ ვიეტნამის დედაქალაქი. ამერიკული წარმოების სამმა თვითმფრინავმა სამხრეთ ვიეტნამის სამხედრო-საჰაერო ძალების გამოსაცნობი ნიშნებით მცელავი ფრენით გადაუფრინა ნგო დინ დიემის სასახლეს და ჩამოაგდო

რამდენიმე ბომბა.“ - [1962/N50, დანართი N13];

- „გაზეთმა „ნიუ-იორჯ პოსტმა“ გამოაქვეყნა სარედაქციო სტატია, რომელშიც ფაქტიურად აღიატებულია, რომ ამერიკის შეერთებული შტატების განზრახული არა აქვთ აწარმოონ გულწრფელი მოლაპარაკება 18 სახელმწიფოს განიარაღების კომიტეტის თათბირზე.“ - [1962/N70, დანართი N14];

ცხადია, ყველა სხვა ნატოს წევრ და აშშ-ის თანამოკავშირედ აღიარებულ ქვეყანასთან მიმართებით იგივე რიტორიკა გამოიყენება. საფრანგეთი (პარიზი), დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი), დასავლეთ გერმანია (ბონი) - ეს ის ქვეყნებია, რომლებიც აშშ-ის შემდეგ ყველაზე ხშირად გვხვდება „საერთაშორისო ამბების“ ბლოკში და მათთან მიმართებით გამოყენებული ფრაზებიც იდენტურია.

- *კუბა*

გასაკვირი არ გახლავთ ნატო-ს წევრი ქვეყნებისადმი ნეგატიური მანიპულაციების ინტერპრეტაცია, თუმცა საინტერესო მაგალითია კუბა, რომელიც 1962 წლის „კუბის კრიზისის“ შემდეგ გახდა საბჭოთა კავშირის არაოფიციალური „მოკავშირე“. ამის მთავარი მიზეზი კი კრიზისის წლებში საბჭოთა კავშირის მანიპულაციური აპარატია, რომელიც ამ წლებში გავრცელებულ ყველა პუბლიკაციაში ჩანდა როგორც კუბის დამოუკიდებლობის და თავისუფლების მთავარი გულშემატკივარი და დამცველი. კუბის მიმართ გამოქვეყნებულ ნეგატიურ ამბებს თუ გავაანალიზებთ, დავინახავთ, რომ კუბა წარმოჩენილია, როგორც ამერიკის შეერთებული შტატების ერთ-ერთი მსხვერპლი. შესაბამისად, ხდება კუბაში მიმდინარე ნეგატიური ამბების პროეცირება შტატებზე, რითაც სხვა ქვეყნების თვალში იქმნება ე.წ. საფრთხობელა არგუმენტი (Straw man). მაგალითად, იდეა, რომ ეროვნული იდენტობა დაიკარგება ნატოში შესვლის შედეგად, მხოლოდ „საფრთხობელაა“, ისევე, როგორც 2024 წლისთვის საქართველოში გავრცელებული მსგავსი მანიპულაცია, რომ ევროინტეგრაცია ეროვნულ იდენტობას გაანადგურებს.

მაგალითად, ხშირად გვხვდება: „*კუბის მტრების დამარცხება (იგულისხმება აშშ)*“ [1962 წლის N30]; „*კუბა კუბის გმირ ხალხს*“ [1962 წლის N40]; „*სკკპ ცენტრალური კომიტეტის პლენუმის მუშაობა კუბის საზოგადოებრივი პრესის და რადიოს დიდ ყურადღებას იპყრობს*“ [1962 წლის N60] ; „*მეგობრული თანამშრომლობა: საბჭოთა კავშირი და კუბის სავაჭრო მოლაპარაკება*“ და სხვ. მრავლადაა კარიკატურის ტიპის

ილუსტრაციებიც, რომლებიც კუბის განთავისუფლებას და აშშ-ის დამარცხებას აჩვენებს (იხ. დანართები N1, N2). გარდა ამისა, უკვე გაანალიზებულ პუბლიკაციებში და საგაზეთო ნომრებში იკვეთება, რომ არა მხოლოდ კონკრეტული ფრაზები, არამედ მთლიანი საგაზეთო მასალები სრულ კონტექსტში წარმოადგენს ერთ დიდ მანიპულაციურ პუბლიკაციას, რომლის ქვეტექსტის აღსაქმელად საჭიროა სრული პუბლიკაციის წაკითხვა. მაგალითად, დანართ N11-ის სახით წარმოდგენილია პუბლიკაცია, რომელიც ჩვეულებრივი სხდომით იწყება, თუმცა მისი ქვეტექსტი ბევრად ღრმაა. ამონარიდის წაკითხვით ვხვდებით, რომ პუბლიკაცია მანიპულაციური არგუმენტებით გაჯერებულ დასაბუთებას წარმოადგენს აშშ-ის დასადასაშაულებლად კუბის კრიზისის გამოწვევაში.

- „გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გენერალური ასამბლეის XVI სესიაზე ჯგუფმა განიხილა და მჭევრმეტყველად დაადასტურა მთელი მსოფლიოს შემოფოთება იმის გამო, რომ ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა მოაწყეს **დაქირავებული აგენტების შეჭრა** კუბაში 1961 წლის აპრილში. სოციალისტური ქვეყნები, აღნიშნა საბჭოთა წარმომადგენელმა, მტკიცედ დადგინენ გმირი კუბის მხარეზე და მხარი დაუჭირეს სამშობლოს თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობისათვის კუბელი ხალხის სამართლიან ბრძოლას.“ [1962/N50, დანართი N11];

- დამოკიდებულება ნეიტრალური ქვეყნებისადმი

ცხადია, ცივი ომის პერიოდში იყვნენ ნეიტრალური ქვეყნებიც, რომლებიც არ ემხრობოდნენ არც აშშ-ს, არც საბჭოთა კავშირს. მაგალითად, ბევრი ახლადდამოუკიდებლობამიღებული ქვეყანა აფრიკაში, აზიასა და ლათინურ ამერიკაში შეუერთდა მიუმხრობლობის მოძრაობას (NAM), რომელიც ცდილობდა ცივ ომში მხარის დაკავების თავიდან აცილებას. NAM-ის ძირითადი წევრები იყვნენ: **ინდოეთი, იუგოსლავია, ეგვიპტე, ინდონეზია, განა, ალჟირი, მალაიზია**. ეს ქვეყნები ხშირად ატარებდნენ ნეიტრალიტეტის პოლიტიკას და მხარს უჭერდნენ მშვიდობიან თანაარსებობასა და თანამშრომლობას აღმოსავლეთსა და დასავლეთს შორის.

მნიშვნელოვანია საბჭოთა კავშირის მანიპულაციის პოლიტიკა ამ ნეიტრალური ქვეყნების ჭრილშიც. მაგალითად, ყურადღებას იმსახურებს ინფორმაცია ალჟირის შესახებ. პუბლიკაციაში გვხვდება მცდელობა, მკითხველებს

გაუზიარონ ცოდნა ქვეყნის კულტურული და საზოგადოებრივ-გეოგრაფიული ცნობების შესახებ, თუმცა ტექსტს გასდევს რიტორიკა „ფრანგი კოლონიზატორების მზაკვრული გეგმების“ შესახებ (დანართი N15). გამოიყენება ისეთი ფრაზები, როგორებიცაა:

- „ქვეყანა, რომელშიც უკანასკნელი 7 წლის მანძილზე სისხლის მდინარეები სდიოდა“ (იგულისხმება საფრანგეთის აგრესია);
- „ფრანგმა კოლონიზატორებმა საკუთარი ქვეყნის მსგავსად ალჟირი სამ დეპარტამენტად დაჰყვეს“;
- „ალჟირელი ხალხის მთელი ისტორია სხვა არაფერია, თუ არა ეროვნული დამოუკიდებლობისთვის ბრძოლა“... „...აქედან ყველაზე მძიმე იყო ფრანგი კოლონიზატორების წინააღმდეგ ბრძოლა.“;
- „ქვეყანაში საუკეთესო კლიმატური პირობებია სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის“;
- „ფრანგი კოლონიზატორები და მათი პარტნიორები დასავლეთში იძულებული გახდნენ დათმობაზე წასულიყვნენ. **ალჟირელმა ხალხმა** გაუგონარი ბრძოლის და წამების ფასად მოიპოვა თავისი კანონიერი ადგილი ისტორიაში.“ ;
- „ერაყის მთავრობამ, **ინდონეზიაში** ჰოლანდიის აგრესიის წინააღმდეგ პროტესტის ნიშნად, შესამღებელია უარი თქვას იანვრის დამლევს განაახლოს შეთანხმება, რომლითაც ჰოლანდიის საავიაციო კომპანიას „როიალ დაჩ ერლაინს“ ნება ეძლევა ისარგებლოს ერაყის აეროდრომებით (დანართი N16)“;
- „**ინდოეთში** ცვილონის შეთქმულება ჩაიფუშა“ (დანართი N17).

ნათელია, რომ კუბის მსგავსად, ალჟირის შემთხვევაშიც, აგრესორის როლში ნატოს წევრი ქვეყანაა წარმოჩენილი, ხოლო მეთოდი იგივეა - პროეცირება, შიშით მანიპულაცია, გაზღაოთინგი და სხვ. მსგავს კონტექსტში გვხვდება ინდონეზიაც, ინდოეთიც. მიუხედავად იმისა, რომ პირველი შეხედვით ჩანს, თითქოს საბჭოთა პრესა მხარს უჭერს ამ ქვეყნებს და ხალხს, აშკარაა მეორე ქვეტექსტიც - ნეიტრალურ ქვეყნებში არსებულ დაპირისპირებებზე, მუდმივ კონფლიქტსა და ომზე ყურადღების გამახვილება. ზუსტად ამ ტიპის მანიპულაციას ეწოდება **სუბლიმინალური შეტყობინება: როდესაც ქვეცნობიერი ცნობიერისგან დამოუკიდებლად ხვდება მანიპულაციის ეფექტის ქვეშ და იწყებს ფიქრს იმაზე, „თუ რა კარგია ალიანსში**

გაერთიანება, სადაც არასდროს არის მსგავსი ვითარება“. აღნიშნული კი პირდაპირ კორელაციაშია კვლევის საფუძვლად მიჩნეული ჰიპოდერმიული ნემსის თეორიასთან, რადგან სუბლიმინალური შეტყობინებები ზუსტად კონკრეტული სიხშირით, მსუბუქი დოზით, კამუფლირებული ფორმით შეჰყავთ მკითხველის ქვეცნობიერში.

მსგავს ტაქტიკას მანიპულაციების ენაზე მოიხსენიებენ, როგორც „დიპლომატიურ მანიპულაციას (*Diplomatic Manipulation*)“ და „მარიონეტულ ომებს (*Proxy Wars*)“. აღნიშნული მექანიზმები არ გვხვდება აშშ-ის და მისი თანამოაზრეების შემთხვევაში. ამდენად, ჩნდება მათი ცალკე გაანალიზების აუცილებლობაც და პირველადი ვარაუდი, რომ ყველა ქვეყნის გეოპოლიტიკური ნიშნული განსაზღვრავს მის მიმართ გამოყენებული მედიამანიპულაციის ტაქტიკას.

ზუსტი მანიპულატორების დასადგენად კი მატრიცის საფუძველზე შეიქმნა ცხრილები, რომლებშიც გაერთიანდა წამყვანი იდეები კონკრეტულ ობიექტთან მიმართებით, კონკრეტული ქვეყნის ნეგატიურ კონტექსტში მოხსენიების რაოდენობა და მანიპულაციური მექანიზმი.

9) ცხრილი N5: „კომუნისტი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1962

„კომუნისტი“ - 1962			
ობიექტი	პუბლიკაციების რაოდენობა	რიტორიკა/როგორ მოიხსენიებენ/რას წერენ/ნარატივები	მანიპულაციური მექანიზმი
ადგილობრივი	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ შენობის ჩაბარების ვადები; ▪ გზების პრობლემა; ▪ მაღაზიებში პროდუქტის ნაკლებობა (დამნაშავე გადამყიდველია); ▪ ახალი ფილმების ნაკლებობა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ პროვოცირება;
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	62	<ul style="list-style-type: none"> ▪ გაფიცვების რაოდენობის ჩვენება; ▪ თანამდებობის პირთა რეპუტაციის შელახვა; ▪ სუსტი მთავრობა და ქვეყანა; ▪ კოლონიების მტრის იმიჯის შექმნა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროვოცირება;

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ ომის მხარდამჭერი; ▪ ატომური იარაღის წარმოების ხარვეზები/პრობლემები; ▪ სამეცნიერო და ტექნოლოგიური მარცხი; ▪ აგრესორი ქვეყანა; ▪ მატყუარა ქვეყნის იმიჯი; ▪ კონფლიქტის და ფაშიზმის ქვეყანა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები;
საფრანგეთი (პარიზი)	31	<ul style="list-style-type: none"> ▪ მუშათა გაფიცვა; ▪ სახიფათო ქვეყანა; ▪ რეპრესიები პოლიციელების მხრიდან; ▪ აგრესორი, ომის ქვეყანა; ▪ უძლური მთავრობა; ▪ ბანდიტების ქვეყანა; ▪ არასტაბილური; მთავრობა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪
კუბა (ჰავანა)	22	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ჰავანაში; დამაბულობაა ▪ ხალხი იბრძვის თავისუფლებისთვის; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფსევდო-პოზიტივი; ▪ პროეცირება; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია (Diplomatic Manipulation); ▪ მარიონეტული ომები (Proxy Wars;
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	16	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ცუდი ამინდები, გაუსაძლისი სიცივე; ▪ აგრესორი/კოლონისტი; ▪ დიდი რაოდენობით იარაღის არსებობა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
დასავლეთ გერმანია (ბონი)	7	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ომის და ფაშიზმის ქვეყანა; ▪ ფარული შეთქმულებების ქვეყანა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები;
სხვა: იტალია, ისრაელი, ბელგია, დანია და სხვ. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის ამბებში მოხსენიებული)	15	<ul style="list-style-type: none"> ▪ გაფიცვები; ▪ რთული პოლიტიკური ვითარება (თანამდებობის პირების გადადგომა); ▪ უკეთესი ცხოვრების მოთხოვნები; ▪ მთავრობის კრიზისი. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება;; ▪ პროეცირება;
სულ	158		

- ადგილობრივი

მნიშვნელოვანი, თუმცა მარტივად გასაანალიზებელია ადგილობრივი უარყოფითი ამბები, რომლებიც, უმეტესწილად, დომესტიკური ხასიათისაა: წყლის პრობლემა; შენობის ჩაბარების ვადები; გზების პრობლემა; მაღაზიებში პროდუქტის ნაკლებობა (დამნაშავე გადამყიდველია); ახალი ფილმების ნაკლებობა.

ადგილობრივი უარყოფითი ამბები ძირითადად გადაბრალების ტაქტიკას იყენებს - პროეცირებას, როდესაც ზოგადი პრობლემა, მაგალითად, მაღაზიებში პროდუქტის დეფიციტი, არის არა სისტემის ან ქვეყანაში არსებულ კრიზისის შედეგი, არამედ გადამყიდველის „უსინდისო“ საქციელისა, რადგან „მმართველმა პირებმა პროდუქტი საკმარისად შემოიტანეს“ (დანართი N18, 19).

3.3 1962 წელი - სომხეთი

კვლევის მნიშვნელოვანი ეტაპია სომხური „სოვეტაკან ჰაიასტანის“ და ქართული „კომუნისტის“ შედარება. ცხრილს თუ დავაკვირდებით ნათელია, რომ კონკრეტული ქვეყნების მიმართ არსებული რიტორიკა, მთავარი აქცენტები და გამოყენებული სიტყვები იგივეა, რაც მსგავსი მანიპულაციური მექანიზმების გამოყენებასაც გულისხმობს. „სოვეტაკან ჰაიასტანის“ შემთხვევაშიც ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელების რაოდენობის მიხედვით პირველი შეერთებული შტატებია (n=38), მეორე კი - საფრანგეთი (n=17).

10) ცხრილი N6: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1962

„სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - 1962			
ობიექტი	პუბლიკაციების რაოდენობა	რიტორიკა/როგორ მოიხსენიებენ/რას წერენ/ნარატივები	მანიპულაციური მექანიზმი
ადგილობრივი	2	<ul style="list-style-type: none"> ტრანსპორტის პრობლემა; გზების პრობლემა; ინფრასტრუქტურა; 	<ul style="list-style-type: none"> პროეცირება; ფრეიმინგი;
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	15	<ul style="list-style-type: none"> გაფიცვების რაოდენობის ჩვენება; დიქტატორი, აგრესორი; პრობლემები „გლენის“ გაფრენის 	<ul style="list-style-type: none"> ფრეიმინგი; სტერეოტიპირება/დემონიზაცია;

		<ul style="list-style-type: none"> საკითხში; ▪ სამეცნიერო ჩავარდნები; ▪ ნატო-ს წარუმატებელი და ხშირი სხდომები; ▪ უარყოფითი განწყობები კომუნისტების წინააღმდეგ; ▪ იმპერიალისტი ქვეყანა; ▪ სუსტი პოლიტიკური ლიდერები; ▪ ასტრონავტების „მარცხი“; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები;
საფრანგეთი (პარიზი)	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ აგრესორი ქვეყანა; ▪ იმპერიალისტი; ▪ შუღლის და ომის გამღვივებელი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
კუბა (ჰავანა)	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ კუბა უბრუნდება კუბელებს ▪ კუბას მართავს ხალხი ▪ კუბა საფრთხის წინაშეა ▪ კუბა ითხოვს თავისუფლებას ▪ კუბა გამოვიდა ამერიკული ქვეყნების ასოციაციიდან; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფსევდო-პოზიტივი; ▪ პროეცირება; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია (Diplomatic Manipulation) ; ▪ მარიონეტული ომები (Proxy Wars);
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ რთული საცხოვრებელი პირობები; ▪ ცუდი კლიმატი აგრესორი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები;
დასავლეთ გერმანია (ბონი)	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ შეთქმულებების ქვეყანა; ▪ სახიფათო ადგილი; ▪ აგრესორი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
სხვა: იტალია, ისრაელი, ბელგია, დანია და სხვა. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის მოხსენიებული.)	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ სუსტი ლიდერები; ▪ აგრესორი ქვეყანა; ▪ იარაღით და ომით მანიპულატორი. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪
სულ	43		

გარდა შინაარსისა და ძირითადი შეტყობინებებისა, პუბლიკაციებს, რომლებიც მეორდება სომხურ გაზეთში, ქართული ანალოგის იდენტური სათაური, გაფორმება და ფრაზეოლოგია აქვთ. ამიტომ ძირითადი აქცენტები ცხრილებში შეჯამდა, რომლებშიც ჩანს კუბის მიმართ მეტი ყურადღება: „კუბა უბრუნდება კუბელებს“; „კუბას მართავს ხალხი“; „კუბა საფრთხის წინაშეა“; „კუბა ითხოვს თავისუფლებას“; „კუბა გამოვიდა ამერიკული ქვეყნების ასოციაციიდან“ და სხვ. აშკარაა, რომ სომხური გაზეთი „*დიპლომატიური მანიპულაციის (Diplomatic Manipulation)*“ ტაქტიკას აქტიურად იყენებს.

გაზეთებს შორის ყველაზე საფუძვლიანი და დაკვირვებისთვის მნიშვნელოვანი განსხვავებაა პუბლიკაციების რაოდენობა, რომელიც ყველა წლის გაანალიზების შემდეგ შეჯამდა.

3.4 1964 წელი - საქართველო

1964 წლის პირველივე ნომრებიდან იკვეთება, რომ განვითარებული და შეცვლილია როგორც სათაურების, ასევე ტექსტის ფრაზეოლოგია. გაუმჯობესებულია გაზეთის ხარისხიც. გაზეთის გვერდებზე ისეთი პრიმიტიული სათაურები აღარ გვხვდება, როგორებიც 1962 წლის ნომრებში. ტექსტშიც მეტად რთულია მანიპულაციური სიტყვების და ფრაზების გამოყოფა, რამეთუ ქვეტექსტი უფრო ჩამალულია და მანიპულაცია და მისი გავლენები აღიქმება სრული სტატიის კითხვის შედეგად. მაგალითისთვის, შეგვიძლია განვიხილოთ პუბლიკაციების მთავარი მესიჯები და საკვანძო ამონარიდები აშშ-ის შესახებ:

- „ამერიკის საზღვარგარეთის საელჩოთა პერსონალი უპირატესად შედგება არა დიპლომატებისგან, არამედ ცენტრალური სადაზვერვო სამმართველოსა და გამოძიების ფედერალური ბიუროს აგენტებისგან (დანართი N19)“ - [1964 წლის N20];
- „ვაშინგტონში აშკარად ლაპარაკობენ იმაზე, რომ გაძლიერდა ომი სამხრეთ ვიეტნამში... მაკნამარის თქმით „ჩვენი სრული მხარდაჭერით“ სამხრეთ ვიეტნამის ახალი სამხედრო ხუნტა დაიწყებს ფართო საომარ მოქმედებებს ვიტკონგის წინააღმდეგ. გაზეთი „ნიუ-იორკ ტაიმსი“ იუწყება, რომ ვაშინგტონი, როგორც ჩანს, მიიღებს გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, რომ გაუდიდოს დახმარება სამხრეთ ვიეტნამს, ითვალისწინებს რა, რომ სამხრეთ

ვიეტნამის არმია კვლავ მარცხდება და მის მიერ დაკავებული ტერიტორია თანდათანობით მცირდება. პენტაგონში აღნიშნავენ, რომ შტატები სამხრეთ ვიეტნამში უწინარეს ყოვლისა, „დამატებით გაგზავნიან შეიარაღებასა და სპეციალისტებს“. შეერთებული შტატები, აცხადებენ პენტაგონელი გენერალები, „არ აპირებენ ერთი ადგილი ტკეპნონ (დანართი N21)“ - [1964 წლის N30];

- „ნევადის შტატის გამოსაცდელ პოლიგონზე განახორციელეს მიწისქვეშა ატომური აფეთქება“ (დანართი N23) - [1964 წლის N90];
- „პრეზიდენტმა რეიგანმა თეთრ სახლში შეხვედრა მოაწყო სხვადასხვა ჯურის ემიგრანტ ნაძირლებთან, მათ შორის კუბის კონტრრევოლუციური ნაძირლების მეთაურებთან. ვაშინგტონის ადმინისტრაციის მეთაურის სიტყვაში უხვად იყო საზიზღარი ჭორები კუბისა და საბჭოთა კავშირის პოლიტიკის მიმართ. ამასთან, პრეზიდენტმა განაცხადა, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები თუ არ გამოყოფს საჭირო სახსრებს, ემიგრანტთა წრეებს, რომლებსაც მან თავის მეგობრები უწოდა, „სახლის გვერდით“ რომ იმყოფებიან, მათ მსოფლიოში ვინ დაიჯერებს იმას, რომ შტატები აღმოუჩენს მათ სამხედრო დახმარებას ახლო აღმოსავლეთში ან ევროპაში. რეიგანის გამოსვლა თვალნათლივ მოწმობს, რომ როცა საქმე ეხება ამერიკის კონკრეტულ პოლიტიკურ მიზნებს, სხვა სახელმწიფოების საშინაო საქმეებში ჩარევას, ამ შემთხვევაში ცენტრალურ ამერიკაში, მაშინ იგი უარს არ ამბობს გამოიყენის ყველა საშუალება, რომელთა მიზანია დახმარება აღმოუჩინოს დიქტატორულ რეჟიმებს, კონტრრევოლუციონერთა ნადებსა და სხვა ნაძირლებს (დანართი N22)“ - [1964 წლის N70];

აღნიშნულ მაგალითებში ჩანს, რომ, 1962 წელთან შედარებით, პირდაპირი და მარტივი „შეურაცხმყოფელი გამოთქმები“ (name calling) ნაკლებად გამოიყენება, მაგრამ ბოლომდე აღმოფხვრილი მაინც არ არის. მეტიც, პუბლიკაციების ტექსტები საკმაოდ გართულებულია. ხშირად, ქვეწყობილი წინადადებების გამო, ერთი წაკითხვით რთულიცაა შინაარსის გაგება. ამ ნაწილს რომ ჩავუღრმავდეთ, მივხვდებით, რომ 1964 წლიდან შემოდის ახალი ტექსტუალური მანიპულატორი - ჩახლართულობა (Obfuscation). ეს არის კომუნიკაციაში ხშირად გამოყენებული

მარტივი მანიპულატორი, რომლის მიზანია ბუნდოვანი გახადოს შინაარსი, რაც ართულებს მესიჯს და მას ორაზროვანს ხდის.

საკვლევად საინტერესოა „კომუნისტი N190“, რომლის ერთ ბლოკში გაერთიანებული პუბლიკაციები, თითქოს, სხვადასხვა ქვეყნის ამბავს მოგვითხრობს, მაგრამ, თუ კონტექსტს გავითვალისწინებთ, აშკარაა, რომ მათ, ყველას, „აგრესორი აშშ“ აერთიანებს (დანართი N26). ამ ბლოკში გვხვდება ამბები ვაშინგტონიდან, ჯაკარტიდან, ნიუ-იორკიდან, ლონდონიდან, სამხრეთ ვიეტნამიდან, ინდონეზიიდან, თურქეთიდან. ყველა ამ პუბლიკაციაში აშშ ნაჩვენებია, როგორც ომის წამქეზებელი და ხელშემწყობი. აქ ხშირ შემთხვევაში არ გვხვდება პირდაპირი „შეურაცხმყოფელი გამოთქმები“ (name calling) მაშინ, როდესაც 1962 წლის მაგალითებში, რომლებშიც აშშ-ს ხშირად მოიხსენებდნენ, როგორც „ფაშისტი“, „მკვლელი“, „ომის ქვეყანა“, „კოლონიების მტერი“ და სხვ. მიუხედავად ფარული მესიჯებისა, მთლიანად ამ ბლოკის კონცეფცია და კონტექსტი უშუალოდ მიგვანიშნებს, თუ ვინ არის მთავარი ობიექტი, ხოლო ნარატივი ქვეცნობიერში ილექება. მაგალითისთვის:

- „კიდევ ერთი კანიზალი: სამხრეთ ვიეტნამის მარიონეტული მთავრობის საგარეო საქმეთა მინისტრმა კუატმა გუშინ მხარი დაუჭირა იმას, რომ გამოიყენონ ატომური იარაღი ვიეტნამის ხალხის წინააღმდეგ: „თუ საჭირო იქნება, - განაცხადა ამ მინისტრმა - კანიზალმა, - უნდა გამოვიყენოთ ყოველგვარი სახეობის იარაღი“ (დანართი N25)“ - [1964 წლის N130];

ამ პუბლიკაციაში აშშ არ არის ნახსენები, თუმცა „კიდევ ერთი კანიზალი“, „ვიეტნამი“ და „ატომური იარაღი“ უკვე საკმარისია იმისთვის, რომ ქვეცნობიერმა აღიქვას ამ ამბავში აშშ-ის არსებობა. ამასთან, ისევ აქტიურად გრძელდება კუბასთან მიმართებით დიპლომატიური მანიპულაციის გამოყენება:

- „ფიდელ კასტრო: ჩვენ მტკიცედ გვწამს, რომ რევოლუციის მოხდენა ქვეყნის საშინაო საქმეა. კუბას შეუძლია რევოლუციურ მოძრაობაზე გავლენა მოახდინოს თავისი მაგალითით და მაგალითის ამ გავლენას ვერავინ მოსპობს“. (დანართი N24)“ - [1964 წლის N140];

აშკარაა, რომ ამ შემთხვევაშიც აშშ არ არის ნახსენები, მაგრამ ფრაზა „საშინაო საქმეა“ უკვე გულისხმობს, რომ შტატების ჩარევა იგულისხმება. ამ წლებში ხშირია ამბები ბოლივიიდან, რადგან კონფლიქტი შტატებთან და დამოუკიდებლობისთვის

1964 წელს გააქტიურდა. შტატების კონტექსტში საინტერესოა შემდეგი მიმართულებაც - თავისუფალი სიტყვის და ჟურნალისტების რეპრესიები, ამის მაგალითია შემდეგი პუბლიკაცია, სათაურით - „დააპატიმრეს ჟურნალისტი“ [N260]:

- **„ნიო-იორკი, 4 ნოემბერი.** „ასოშიეტედ პრესის“ სააგენტოს კორესპონდენტი იმოწმებს ოფიციალურ წყაროებს და ლა-პასიდან იუწყება, რომ ბოლივიაში დააპატიმრეს საკდესის კორესპონდენტი ხოსე ლუის კუეტო არტეაგა.

პრადა. ჟურნალისტთა საერთაშორისო ორგანიზაცია თავის ასი ათასი წევრის სახელით აცხადებს პროტესტს იმის შესახებ, რომ ბოლივიაში დააპატიმრეს საკდესის კორესპონდენტი და ითხოვენ მის დაუყოვნებლივ გათავისუფლებას.“

მიუხედავად იმისა, რომ ამბავი ბოლივიიდან არის, პუბლიკაცია მაინც ნიუ-იორკის ხსენებით იწყება და პირდაპირ მიგითითებს, თუ ვინ არის მთავარი აქტორი. ამ რამდენიმე წინადადებაში მანიპულატორების ჭარბი რაოდენობაა:

- **დიპლომატიური მანიპულაცია**
- **ფრეიმინგი**
- **ყალბი ინფორმაცია**
- **შეფარული „დიახ, მაგრამ“ (Whataboutism)**

მნიშვნელოვანია, რომ 1964 წელი ასევე ცნობილია ამერიკის სამოქალაქო უფლებების მოძრაობის გააქტიურებით. საბჭოთა კავშირი ხშირად იყენებდა აშშ-ში არსებულ რასობრივ შუღლს ამერიკული დემოკრატიული სისტემის დისკრედიტაციისთვის. საბჭოთა პრესა ხშირად წარმოაჩენდა აშშ-ს, როგორც თვალთმაქც ერს, რომელიც ემხრობოდა თავისუფლებას სხვა ქვეყნებში, თუმცა საზღვრებს შიგნით უმცირესობებს ჩაგრავდა. რასობრივი დისკრიმინაციის მაგალითების აქტიური გაშუქება, გარდა სტერეოტიპირებისა, არის **whataboutism-ის**, ანუ „**დიახ, მაგრამ...**“ მანიპულაციის მაგალითი, როდესაც „მომხსენებელს“ ყურადღება სხვა საკითხზე გადააქვს: შესაბამისად, ეს არის ბრალდებაზე ან რთულ კითხვაზე პასუხის ტექნიკა საპასუხო ბრალდების ან სხვა საკითხის წამოჭრით.

მაგალითად: თუ, პირობითად, საბჭოთა კავშირს აკრიტიკებენ ადამიანის უფლებების დარღვევის გამო, მისმა მომხრემ შეიძლება უპასუხოს ასე: "დიახ, მაგრამ რა შეიძლება ითქვას ადამიანის უფლებების დარღვევებზე თქვენს ქვეყანაში, სადაც

„ზანგებს“ აწამებთ?“. ასე - სხვა ნეგატიური რეალობის ჩვენებით მოპასუხე გვერდს უვლის თავდაპირველ კრიტიკას, საკითხის რეალურად განხილვის გარეშე.

„დიახ, მაგრამ...“ ტაქტიკა, ჩვეულებრივ, ცივი ომის დროს გამოიყენებოდა, განსაკუთრებით საბჭოთა კავშირის მიერ, რათა გადაეფარა დასავლური კრიტიკა აშშ-ში არსებულ ხარვეზებზე მითითებით. თუმცა ის რჩება პოპულარულ რიტორიკული მოტყუების მეთოდად თანამედროვე პოლიტიკურ დისკურსშიც.

მაგალითად, კომუნისტის 2 აგვისტოს ნომერში ვკითხულობთ: „რონჩესტერში ამას წინათ მოხდა გააფთრებული შეტაკება ზანგ მოსახლეობასა და პოლიციას შორის. რასობრივი მღელვარება გუშინ გავრცელდა ქალაქ ჯერსიში... პოლიციამ, რომელიც პატრულობდა ზანგთა რაიონში, ვერ შეძლო გამკლავებოდა მღელვარებას და გამოიწვია მაშველი ჯარი 30 ავტომანქანით“ (დანართი N36). საერთო ჯამში კი, მანიპულაციური თემატური ცხრილი ასე გამოიყურება:

11) ცხრილი N7: „კომუნისტი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1964

„კომუნისტი“ - 1964			
ობიექტი	პუბლიკაციების რაოდენობა	რიტორიკა/როგორ მოიხსენიებენ/რას წერენ/ნარატივები	მანიპულაციური მექანიზმი
ადგილობრივი	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ინფრასტრუქტურა; ▪ თანამშრომლების მხრიდან გეგმის არ/ვერ შესრულება; ▪ დამნაშავეთა დასჯა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ პროეცირება; ▪ ფრეიმინგი;
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	43	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ნეგატიური ქმედებები კოლონიების მიმართ; ▪ ომის მთავარი აქტორი; ▪ მატყუარა ერის იმიჯი; ▪ ატომური იარაღით მანიპულაციები; ▪ სამხედრო ქმედებები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დამაჯერებელი ენა; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია; ▪ ტექსტით მანიპულაცია; ▪ ფრეიმინგი; ▪ მარიონეტული ომები - Proxy Wars;

საფრანგეთი (პარიზი)	18	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ლიდერების ცუდი რეპუტაცია; ▪ აგრესორის იმიჯი; ▪ კოლონიების მტერი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დედემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
კუბა და ვიეტნამი	16	<ul style="list-style-type: none"> ▪ დაზარალებული; ▪ თანამშრომლობის ახალი მეთოდები; ▪ ლიდერების შეხვედრები; ▪ პარტიზანების და ჯაშუშების არსებობა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფსევდო-პოზიტივი; ▪ პროეცირება; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია (Diplomatic Manipulation); ▪ მარიონეტული ომები (Proxy Wars);
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ უავტორიტეტო ლიდერები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დედემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪
ბონი და დასავლეთ გერმანია	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ შეთქმულებების ქვეყანა; ▪ სახიფათო ადგილი; ▪ აგრესორი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დედემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
სხვა: იტალია, ისრაელი, ბელგია, დანია და სხვა. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის ამბებში მოხსენიებული)	10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ მუდმივი გაფიცვები და პროტესტები; ▪ ნატოს ჯარების დაკნინება; ▪ ნატოს ჩარევების ჩვენება; ▪ ნატოს მარცხის ჩვენება. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დედემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
სულ	111		

ლოგიკურია საფრანგეთის ნეგატიურ კონტექსტში მოხსენიებაც, რადგან სტრატეგიული კოლონიები, მათ შორის ვიეტნამიც, ზუსტად მის ხელში იყო. მოცემული მაგალითებიდან ასევე იკვეთება, რომ ამ ამბებში ხშირად ნახსენებია და თითქმის ანაცვლებს კიდევ კუბას ვიეტნამი. ცხადია, რომ კონკრეტული ქვეყნის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების სიხშირე კორელაციაშია ამ ქვეყანაში მიმდინარე სამხედრო მოქმედებებთან და კრიზისებთან - ამ შემთხვევაში კი ტონკინის ყურის

ინციდენტთან, რომლის ანალიზიც მოგვცემს საშუალებას, დავინახოთ, თუ როგორ აშუქებდა საბჭოთა მედია ინციდენტებს.

- **ტონკინის ყურის ინციდენტი**

„ჩინეთში კომუნისტების გამარჯვებისა და კორეის ომის დამთავრების შემდეგ ვაშინგტონში დაასკვნეს, რომ კომუნისტების ექსპანსია სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში, ანუ ინდოჩინეთში იყო მოსალოდნელი. თუკი კიდევ ერთი ქვეყანა გახდებოდა კომუნისტების მსხვერპლი, ამას შემდეგ „დომინოს ეფექტი“ მოყვებოდა რის შედეგადაც რეგიონის სხვა ქვეყნებიც დაიწყებდნენ გაწითლებას. პირველი რიგში ვიეტნამი იყო, სწორედ იგი იქცა იმ „წითელ ხაზად“, რომელიც ვაშინგტონმა გაავლო კომუნისტური ექსპანსიონიზმის წინააღმდეგ. ვიეტნამი, ლაოსი, კამბოჯა საფრანგეთის კოლონიები იყვნენ, რომლებსაც ასოცირებული სახელმწიფოების სტატუსი მიანიჭა. საფრანგეთი თავს იკავებდა სრული დამოუკიდებლობის მინიჭებისაგან, რადგან იმავს გაკეთება მოუწევდა ალჟირში, მაროკოსა და ტუნისში. ვიეტნამში დიდი აგრესია იყო საფრანგეთის მიმართ, ხოლო პარტიზანული მოძრაობები საკმაოდ ძლიერდებოდნენ, მათ სათავეში კი ხო ში მინი იდგა“ (ოსიყმაშვილი, 2017, I აბზაცი).

ტონკინის ყურის ინციდენტი ეხება ორ ცალკეულ მოვლენას და მოიცავს საზღვაო დაპირისპირებას შეერთებულ შტატებსა და ჩრდილოეთ ვიეტნამს შორის 1964 წლის აგვისტოში, რამაც მნიშვნელოვნად გაააქტიურა აშშ-ს მონაწილეობა ვიეტნამის ომში. ამ ინციდენტებმა გადამწყვეტი როლი ითამაშა აშშ-ს კონგრესის მხრიდან ტონკინის ყურის რეზოლუციის მიღებაში, რომელიც პრეზიდენტ ლინდონ ბ. ჯონსონს აძლევდა ფართო უფლებამოსილებას, ჩაეტარებინა სამხედრო ოპერაციები ვიეტნამში ომის ოფიციალურად გამოცხადების გარეშე (Moïse, 1996) .

მოვლენები

1964 წლის 2 აგვისტო:

პირველი ინციდენტი მოხდა მაშინ, როდესაც აშშ-ს საზღვაო ძალების გამანადგურებელი USS Maddox ახორციელებდა დაზვერვის მისიებს (DESOTO პატრული) ტონკინის ყურეში, ჩრდილოეთ ვიეტნამის სანაპიროზე. Maddox-ის ცნობით, მათ ჩრდილოეთ ვიეტნამის სამი ტორპედო ნავი დაესხათ თავს. Maddox-მა საპასუხო ცეცხლით უპასუხა, მხარს კი აშშ-ს თვითმფრინავი უჭერდა, რომელმაც

დააზიანა ჩრდილოეთ ვიეტნამური კატარღები. Maddox მნიშვნელოვნად არ დაზიანებულა, შესაბამისად აშშ-ს მსხვერპლი არ ჰყოლია (McMahon, 2008; Moise, 1996).

1964 წლის 4 აგვისტო:

ორი დღის შემდეგ, USS Maddox-მა, USS Turner Joy-სთან ერთად, ცუდი ამინდის პირობებში, ჩრდილოეთ ვიეტნამის ძალების მეორე თავდასხმის შესახებ განაცხადა. თუმცა, ამჯერად, მტრის კატარღები დაზუსტებულად არ შემჩნეულა. სარადარო ცნობების ურთიერთსაწინააღმდეგო ჩვენებები ეჭვს აჩენდა იმის შესახებ, რეალურად მოხდა თუ არა მეორე შეტევა. მიუხედავად გაურკვევლობისა, აშშ-ის სამხედრო ლიდერები ამ მოვლენას ნამდვილ თავდასხმად განიხილავდნენ (McMahon, 2008; Moise, 1996).

ამ მოვლენების საპასუხოდ, პრეზიდენტმა ჯონსონმა დაიწყო საჰაერო თავდასხმები ჩრდილოეთ ვიეტნამის მიმართულებით. ჯონსონი კონგრესის წინაშე ამტკიცებდა, რომ აშშ იყო არაპროვოცირებული თავდასხმების მსხვერპლი, თუმცა მოგვიანებით მტკიცებულებებმა აჩვენა, რომ მეორე თავდასხმის არსებობა ეჭვქვეშ იდგა. მიუხედავად ამისა, 1964 წლის 7 აგვისტოს კონგრესმა მიიღო ტონკინის ყურის რეზოლუცია.

კომუნისტის 1964 წლის საგაზეთო ნომრებს თუ გადავხედავთ, იანვრიდან, ანუ წლის პირველი ნომრებიდანვე, იწყება ვიეტნამის შესახებ ამბების გავრცელება, რომლებიც, ცხადია, „დიპლომატიური მანიპულაციის“ მაგალითებია. შესაბამისად, კონფლიქტის გაღვივებამდე და ომის დაწყებამდე საბჭოთა კავშირი და საბჭოთა პრესა ამზადებდა ნიადაგს მთლიანი და გაერთიანებული ვიეტნამის კეთილგანწყობის მოსაპოვებლად.

- „ვაშინგტონში აშკარად ლაპარაკობენ იმაზე, რომ გაძლიერდა ომი სამხრეთ ვიეტნამში... მაკნამარის თქმით „ჩვენი სრული მხარდაჭერით“ სამხრეთ ვიეტნამის ახალი სამხედრო ხუნტა დაიწყებს ფართო საომარ მოქმედებებს ვიტკონგის წინააღმდეგ. გაზეთი „ნიუ-იორკ ტაიმსი“ იუწყება, რომ ვაშინგტონი, როგორც ჩანს, მიიღებს გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, რომ გაუდიდოს დახმარება სამხრეთ ვიეტნამს, ითვალისწინებს რა, რომ სამხრეთ ვიეტნამის არმია კვლავ მარცხდება და მის მიერ დაკავებული ტერიტორია

თანდათანობით მცირდება. პენტაგონში აღნიშნავენ, რომ შტატები სამხრეთ ვიეტნამში უწინარეს ყოვლისა, „დამატებით გაგზავნიან შეიარაღებასა და სპეციალისტებს“. შტატები, აცხადებენ პენტაგონელი გენერლები, „არ აპირებენ ერთი ადგილი ტკეპნონ (დანართი N21)“ - [1964 წლის იანვარი N30];

„კომუნისტი“ უკვე იანვრიდან პროგნოზირებს და მკითხველსაც ამზადებს შტატების ახალი „შეტევებისთვის“. მომავალში კი, თუ პირველ შეტევას აშშ-ის სამხედრო ძალები არ განახორციელებენ, მკითხველს მაინც „სუბლიმინალური მესხიერების“, ანაც ჰიპოდერმული ნემსის თეორიის გათვალისწინებით გაახსენდება, რომ აშშ თვეების წინ უკვე ემზადებოდა ამ შეტევებისთვის. ამავდროულად, 1-ელ აგვისტოს კომუნისტში გამოქვეყნებული ამბავი ასე გამოიყურება:

სათაური: თავდასხმა ნალმოსანზე

- **„წყნარ** ოკეანეზე ამერიკის შეერთებული შტატების შეიარაღებული ძალების სარდლის შტაბმა გამოაცხადა, რომ ტონკინის ყურეში **სამი უცნობი ნალმოსანი კატარღა** თავს დაესხა ამერიკის საესკადრო ნალმოსან „მედოკსს“. საესკადრო ნალმოსანი არ დაზიანებულა. მისი ეკიპაჟიდან არავინ არ დაშავდა. იტყობინებიან, რომ ნალმოსანი კატარღები გარეკეს „მედოკსის“, აგრეთვე ოთხი თვითმფრინავის საპასუხო ცეცხლით ამერიკის ავიამზიდ „ტიკონდეროგადან“ (დანართი N28).

მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნული ინფორმაცია სომხურ გაზეთში არ გვხვდება, არც 4 აგვისტოს ნომერში, არც 2 აგვისტოს ნომერში.

ახალ ამბავს თუ დავაკვირდებით, აშკარა გახდება, რომ თავდასხმიდან 4 დღის შემდეგ არ წერია ვინ არის დამნაშავე, მაშინ, როდესაც ზემოხსენებულ და ამერიკის მხრიდან წარმოდგენილ ინფორმაციაში ნათლად არის ნახსენები **„ჩრდილოეთ ვიეტნამის სამი ტორპედო ნავი“**. თუმცა ამ გაზეთის იმავე გვერდზე, სპეციალურ ჩარჩოში, გვხვდება მეორე ახალი ამბავიც, სათაურით: **„ბრძოლები საიგონის რაიონში“** - სამხრეთ ვიეტნამში.

- „1 აგვისტო. გუშინ სამხრეთ ვიეტნამის პატრიოტულმა ძალებმა იერიში მიიტანეს მთავრობის ჯარების ორ საგუშაგოზე საიგონიდან დაახლოებით 13-14 კილომეტრზე. ფრანს პრესის სააგენტო იტყობინება, რომ ეს იყო პატრიოტული ძალების ყველაზე დიდი თავდასხმა (დანართი N29),“

ეს ორი პუბლიკაცია მკითხველს ეუბნება, რომ 1-ელ აგვისტოს სამხრეთ ვიეტნამი მთელი ჯარით პატრიოტულად იბრძოდა საკუთარ ტერიტორიაზე და ტონკინის ყურეში დამატებით შემოტევებს ვერ განახორციელებდა. კვლევის ამ ეტაპზე მყარად შემოდის ახალი ვიზუალური მანიპულაცია, რომელიც **ამბების სტრატეგიულ განლაგებას** გულისხმობს. შესაძლოა ცალკეულად აღებული ერთი ამბავი, პირველივე შეხედვით, მანიპულაციური არ იყოს, მაგრამ როდესაც მის ირგვლივ განლაგებულ სხვა ამბებს ვკითხულობთ, ქვეცნობიერში უნებლიედ იქმნება **კონტექსტი**, რომელიც მხარდაჭერილია როგორც კვლევისთვის შერჩეული თეორიებით, ასევე მანიპულაციური მექანიზმებით.

დღესაც შეუძლებელია ზუსტად ვთქვათ, ტონკინის ყურის შემთხვევა აშშ-ის მანიპულაცია იყო, რათა მიეღო რეზოლუცია და გაეგრძელებინა საომარი მოქმედებები, თუ სამხრეთ ვიეტნამის მხრიდან რეალურ შეტევას წარმოადგენდა, თუმცა აშკარაა, რომ მედიამ კოლოსალური როლი ითამაშა საზოგადოების მიერ ამ მოვლენის ცალმხრივ აღქმასა და გაცნობიერებაში.

რეზოლუციამ პრეზიდენტ ჯონსონს უფლება მისცა, მიეღო ყველა საჭირო ზომა შეერთებული შტატების ძალებზე ნებისმიერი შეიარაღებული თავდასხმის მოსაგერიებლად და შემდგომი აგრესიის თავიდან ასაცილებლად. ამან ჯონსონს ვიეტნამში აშშ-ს სამხედრო ძალების გასამლიერებლად უსაზღვრო უფლება მიანიჭა, რასაც საბრძოლო ჯარების იქ განლაგება და სრულმასშტაბიანი ომი მოჰყვა (Herring, 1984).

ტონკინის ყურის ინციდენტი გახდა ნათელი მაგალითი იმისა, თუ როგორ შეიძლება დეზინფორმაციამ ან მოვლენების მანიპულირებამ მნიშვნელოვანი სამხედრო და პოლიტიკური შედეგები გამოიღოს. ეს იყო გარდამტეხი მომენტი, რომელმაც საფუძველი ჩაუყარა ხანგრძლივ კონფლიქტს.

ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს შემდეგ მანიპულატორებთან:

- დიპლომატიური მანიპულაცია
- ტექსტით მანიპულაცია
- ვიზუალური მანიპულირება განლაგების მიხედვით - კონტექსტის შექმნა
- ფრეიმინგი
- მარიონეტული ომები - Proxy Wars

ეს უკანასკნელი წმინდა მედიამანიპულაცია არ არის, მაგრამ ამ ტიპის ამბების გაშუქება ზღვარზე გადის, რადგან „მარიონეტული ომების“ გავლენების და ეფექტების მასაზე გადატანა მედიით ხდება. ეს ტაქტიკა გულისხმობს სხვა ქვეყნებში კონფლიქტების მხარდაჭერის გზით საკუთარ იდეოლოგიურ ან გეოპოლიტიკურ წინსვლას პირდაპირი დაპირისპირების გარეშე. ხოლო, ტექსტით მანიპულაცია, ამ ეტაპზე, რთული და ჩახლართული ტექსტების გამოყენებას მოიცავს, რაც 1962 წელს არ გვხვდება - იმ პერიოდის ტექსტები შედარებით პრიმიტიულია და პირდაპირი.

მაგალითები:

- აშშ-ს მიერ ანტიკომუნისტური ძალების მხარდაჭერა კორეაში, ვიეტნამსა და ლათინურ ამერიკაში;
- საბჭოთა კავშირის მიერ კომუნისტური აჯანყებებისა და რეჟიმების მხარდაჭერა ისეთ ქვეყნებში, როგორებიცაა ვიეტნამი, ანგოლა და ავღანეთი.

სოლიდარობის გამოხატვის მსგავსი ფაქტები, რა თქმა უნდა, პოლიტიკური შესტებია. ამ ქვეყნების მიმართ სუბიექტური განწყობები და მედიაში მათი მუდმივად პოზიტიურად მოხსენიება ამ მანიპულაციის ნაწილია.

3.5 1964 წელი - სომხეთი

ხშირ შემთხვევაში მსგავსი, თუმცა რაოდენობით თითქმის სამჯერ ნაკლები, კონტენტი გვხვდება სომხურ გაზეთშიც. მაგალითად, იდენტურია დამოკიდებულებები ვიეტნამის მიმართ. განსაკუთრებულ ყურადღებას ითხოვს იმის დადგენა, თუ რატომ არის უცხოეთის ამბების ბლოკში, კონკრეტულად აშშ-სთან მიმართებით, ასეთი დიდი განსხვავება სომხურ და ქართულ გაზეთებში. ამისათვის უნდა გავაანალიზოთ **სომხური გაზეთის (1964) პუბლიკაციების მთავარი მესიჯები:**

- „ხელები შორს ვიეტნამის დემოკრატიული რესპუბლიკისგან“ [N190, დანართი N30];
- „კატასტროფული გრიგალი აშშ-ში“ [N20];
- „უხვი თოვლი და სასტიკი სიცივე ინგლისში“ [N305, დანართი N32];
- „19 წლის ვიეტნამელი აქტივისტი ვან ტროი სიკვდილით დასაჯეს და ჩაცხრილეს იმის გამო, რომ იგი საკუთარი სამშობლოს თავისუფლებისთვის იბრძოდა. მოსახლეობის შესაშინებლად სიკვდილით დასჯა 200 მოწმის წინაშე

განხორციელდა. მაგრამ ამით ხალხს ვერ შეაშინებენ. შორს არ არის ის დრო, როდესაც ისინი პასუხს აგებენ ყველაფრისთვის (ამბავს ერთვის დახვრეტის და ახალგაზრდა ვაჟის ფოტო)“ – [N280, დანართი N33].

ამ ერთ პუბლიკაციაში რამდენიმე მანიპულაციური მექანიზმი გვხვდება: 1) **მტრის ხატის შექმნა, ანუ დემონიზაცია**, რომელიც სამშობლოს მთლიანობისთვის მებრძოლ მოქალაქეებს სიკვდილით სჯის; 2) **შიშით მანიპულაცია და მხოლოდ მომავალში - სუბლიმინალური შეტყობინებები**, რაც, მსგავსი საქციელის გამეორების შემთხვევაში, მოსალოდნელ „ფინალს“ აუწყებს მკითხველს. ზოგადად, სსრკ-ს პრესაში, აშშ, ისევე, როგორც დასავლეთ ევროპა, წარმოჩენილი იყო, როგორც იმპერიალისტური მჩაგვრელი, რომელიც სოციალიზმის განადგურებასა და მუშათა კლასის ექსპლუატაციას აპირებს, რაც მკითხველის შიშით, მათი ემოციურ დონეზე მანიპულირების მცდელობაა. მსგავსი პროპაგანდა, რომელიც ასახავს დასავლეთს, როგორც ეგზისტენციალურ საფრთხეს საბჭოთა ცხოვრების წესისთვის, ტოტალიტარული რეჟიმის ქვეშ გაერთიანებული მოსახლეობის მორჩილად შენარჩუნებას უწყობს ხელს; და 3) **პროექტირება** - საკუთარი საზღვრების შიგნით მიმდინარე არეულობის სხვა ქვეყანაში მომხდარი მოვლენებით გადაფარვა. მსგავსი მიზნით გვხვდება შემდეგი გამოტანებიც:

- „საიგონში ისევ დამაბული ვითარებაა. როგორც „რემტერი“ გვატყობინებს, 50 ადამიანი დააკავეს“ - [N300, დანართი 34];
- „პარიზი, ინგლისი და აშშ დანიას თხოვნით მიმართავენ, ჯარი გამოყონ კვიპროსში ე.წ. საერთაშორისო პოლიციის გასაგზავნად“ - [N30, დანართი N35];
- „ლიბანში აშშ-ის ელჩი უხეშად ჩაერია საპრეზიდენტო არჩევნებში, შეურაცხყოფა მიაყენა ქვეყნის პრეზიდენტს და შეეცადა შეეშინებინა ლიბანელი ხალხი მეექვსე დივიზიის დაანონსებით“ - [N210, დანართი N33];

შემდეგი მაგალითი ამცირებს უცხოური მედიის მიმართ ნდობას. მტრის უარყოფითად წარმოჩენის მცდელობა ყველა ამონარიდში ჩანს:

- **სათაური: „საკუთარი თავის შესახებ“**

„ნიუ იორკ თაიმსი“ და აშშ-ის პრესის სხვა ორგანოები ვალდებულები არიან გამოაქვეყნონ ინფორმაცია გაჭირვებული მოსახლეობის შესახებ. გაზეთები სხვადასხვა ციფრს ავრცელებენ, თუმცა სიმართლე ისაა, რომ გაჭირვებულთა

რიცხვი 40 მილიონს აღწევს. ამ სიაში შედიან უმუშევრები, აბორიგენები, მუშები, უწიგნურები, უპროფესიოები და სხვა. სიაში არიან გადატაკებული ფერმერები და ზანგები, რომლებიც კანის ფერის გამო სამსახურს ვერ პოულობენ [N130, დანართი N31].“

აღნიშნული მაგალითი „ყურადღების გადატანის“ ანუ Red Herring-ის ერთ-ერთი გამოხატულებაა, იმისა, რასაც საკუთარი ქვეყნის პრობლემების გადასაფარად აჩვენებდნენ.

ბოლო მაგალითი ცხადყოფს, რომ სომხურ გაზეთში რასობრივი დისკრიმინაციის შემთხვევების გაშუქება დომინირებს. თუმცა, რაოდენობრივად 1964 წელსაც დიდი განსხვავება გვხვდება. მაშინ, როდესაც ქართულ გაზეთში აშშ-ის შესახებ 43 პუბლიკაციაა, სომხურში სულ 23-ია, აქედან ყველა მკაფიოდ ნეგატიური ხასიათის არაა.

12) ცხრილი N8: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1964

„სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - 1964			
ობიექტი	პუბლიკაციების რაოდენობა	რიტორიკა/როგორ მოიხსენიებენ/რას წერენ/ნარატივები	მანიპულაციური მექანიზმი
ადგილობრივი	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ პრობლემები სოფლის მეურნეობის; ▪ მიმართულებით ▪ გზის პრობლემა; ▪ ინფრასტრუქტურა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ პროცირება;
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	13	<ul style="list-style-type: none"> ▪ რთული კლიმატური პირობები; ▪ ვიეტნამის მტერი - აგრესორი; ▪ ერევა სხვა ქვეყნების პოლიტიკაში; ▪ რასისტი; ▪ თვისუფლების მტერი; ▪ ატომური იარაღის ნეგატიური გამოყენება; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „ყურადღების გადატანა“ ანუ Red Herring; ▪ ფრეიმინგი; ▪ დამაჯერებელი ენა; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია; ▪ ტექსტით მანიპულაცია;

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ გაჭირვებული მოსახლეობის ჭარბობა; ▪ ფარული საქმიანობა; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ მარიონეტული ომები - Proxy Wars;
საფრანგეთი (პარიზი)	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ აგრესორი; ▪ კოლონისტი; ▪ აშშ-ის მოკავშირე; ▪ ნატოს მფარველი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
ვიეტნამი	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ დაზარალებული; ▪ კონფლიქტი; ▪ საშიში ვითარება; ▪ აშშ-ის მხრიდან უფლებები ილახება; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფსევდო-პოზიტივი; ▪ პროეცირება; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია (Diplomatic Manipulation); ▪ მარიონეტული ომები (Proxy Wars);
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ცუდი კლიმატური პირობები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება
ბონი და დასავლეთ გერმანია	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ დაყოფილი ქვეყანა; ▪ კონფლიქტები დასავლეთის მხარეს; ▪ ცუდი საცხოვრებელი პირობები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება
სხვა: იტალია, ისრაელი, ბელგია, დანია და სხვა. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის ამბებში მოხსენიებული.)	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ აგრესორი; ▪ კოლონისტი; ▪ ცუდი საცხოვრებელი პირობები; ▪ ნეგატიური ინფორმაცია ნატოს კონტექსტში; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება
სულ	38		

სომხურ „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ მეტად გვხვდება პუბლიკაციები, სადაც, მთავარი ობიექტი ჩრდილო ატლანტიკური ალიანსი (ნატო) და ის ქვეყნებია, რომლებსაც „არანაირი სარგებელი“ არ მიუღიათ ალიანსისგან.

- „კვიპროსს ნატო არ სჭირდება“ - [N30];
- „აშშ-ში მოლაპარაკებები დასრულდა. ძირითადი თემა ნატოს ე.წ. მრავალმხრივი ატომური ძალების შექმნა იყო, რომელმაც ფარდის როლი

უნდა შეასრულოს აღმოსავლეთ გერმანიის იარაღით მომარაგებაში“ - [280, დანართი N34].

იმისთვის, რომ მსოფლიო ამბების ბლოკში რაოდენობრივი განსხვავება მკაფიოდ გამოჩნდეს, გაანალიზდა 1969 წლის იგივე რუბრიკაც.

3.6 1969 წელი - საქართველო

1969 წელი დაკვირვებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან სამეცნიერო მიღწევებს ემატება ახალი მოთამაშეც. ამ წელს ისრაელი ცივი ომის ლანდშაფტში უნიკალურ და გადამწყვეტ პოზიციაში აღმოჩნდა. ამ წელს ისრაელი გახდა შეერთებული შტატების მნიშვნელოვანი სტრატეგიული მოკავშირე. მიუხედავად იმისა, რომ აშშ თავდაპირველად ფრთხილად უჭერდა მხარს ისრაელს, 1967 წლის ექვსდღიანმა ომმა მნიშვნელოვნად შეცვალა დინამიკა, რამაც აიძულა აშშ, დაენახა ისრაელი, როგორც მთავარი მოკავშირე ახლო აღმოსავლეთში საბჭოთა გავლენის წინააღმდეგ. სსრკ, პირიქით, მხარს უჭერდა რამდენიმე არაბულ ქვეყანას, რომლებიც კონფლიქტში იყვნენ ისრაელთან, მათ შორის ეგვიპტე, სირია და ერაყი. საბჭოთა კავშირმა აღნიშნულ ქვეყნებს შესთავაზა ფართო სამხედრო და ფინანსური მხარდაჭერა, რამაც არაბეთ-ისრაელის კონფლიქტი მარიონეტული ბრძოლის ველად აქცია უფრო დიდი და მასშტაბური ცივი ომის დროს. ცხადია, ეს ყველაფერი გაზეთის ფურცლებზე და მედიამანიპულაციებშიც აისახა.

13) ცხრილი N9: „კომუნისტი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1969

„კომუნისტი“ - 1969			
ობიექტი	პუბლიკაციების რაოდენობა	რიტორიკა/როგორ მოიხსენიებენ/რას წერენ/ნარატივები	მანიპულაციური მექანიზმი
ადგილობრივი	5	<ul style="list-style-type: none"> მარტივი დომესტიკური პრობლემენი; 	<ul style="list-style-type: none"> პროეცირება; Whataboutism (დიახ, მაგრამ...);
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	37	<ul style="list-style-type: none"> გაფიცვები; ისრაელის მხარდაჭერა; სტიქიები; ფინანსური კრიზისი; 	<ul style="list-style-type: none"> რიტორიკული სიცრუე: „ყურადღების გადატანა“ ანუ Red Herring; ფრეიმინგი;

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ რასობრივი დისკრიმინაციები/რასისტები; ▪ ომის, კონფლიქტის წამქეზებელი; ▪ გარყვნილი ერი; ▪ მოძალადე; ▪ სამეცნიერო უკუსვლა და წარუმატებლობები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ დამაჯერებელი ენა; ▪ სტერეოტიპირება /დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია; ▪ ტექსტით მანიპულაცია; ▪ ფრეიმინგი; ▪ მარიონეტული ომები - Proxy Wars;
ვიეტნამი (ასევე არაბული ქვეყნები)	11	<ul style="list-style-type: none"> ▪ დამოუკიდებლობის დაბრუნება; ▪ განვითარების ლტოლვა; ▪ მსხვერპლი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფსევდო-პოზიტივი; ▪ პროეცირება; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია (Diplomatic Manipulation); ▪ მარიონეტული ომები (Proxy Wars);
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	13	<ul style="list-style-type: none"> ▪ არასტაბილური ვალუტა; ▪ აგრესორი; ▪ ამერიკის მხარდამჭერი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დემონიზაცია; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
ისრაელი	24	<ul style="list-style-type: none"> ▪ პროვოკატორი /აგრესორი; ▪ არაბული ქვეყნების მტერი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დემონიზაცია; ▪ სტერეოტიპირება/ დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება;
სხვა: საფრანგეთი, იტალია, ბელგია, დანია და სხვა. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის მოხსენიებული.)	16	<ul style="list-style-type: none"> ▪ აგრესორი; ▪ კოლონისტი; ▪ ცუდი საცხოვრებელი პირობები; ▪ ნეგატიური ინფორმაცია ნატოს კონტექსტში. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დემონიზაცია; ▪ სტერეოტიპირება/ დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება.
სულ	107		

თუ დავაკვირდებით ცხრილს, ვნახავთ, რომ წლებთან ერთად იცვლება სამიზნე ქვეყნები და უცხოეთთან მიმართებით მანიპულაციური მექანიზმები იგივე რჩება, თუმცა, 1969 წელი ნამდვილად გამოირჩევა წინა წლებისგან. ინტენსიური და აგრესიული მანიპულაციური მექანიზმები, რომელიც ამ წლების მედიაპროდუქტში შეიმჩნევა, გამოწვეულია აშშ-ის სამეცნიერო წარმატებებით. განსაკუთრებით ნიშანდობლივია „აპოლონ-11“-ის გაშვება მთვარეზე. 1969 წლის „კომუნისტი“ გამოირჩევა იმით, რომ ჩნდება მანიპულაციის ახალი მიმართულება - ე.წ. უცხოელი

პარტნიორების ან ელიტის მხრიდან საბჭოთა კავშირის პოლიტიკის და ზოგადად კავშირის სტრატეგიების ქება.

- „ახალი ნაბიჯები სამყაროს ათვისებაში“

ნიუ-იორკი, 6 იანვარი (საკდესი). ამერიკის შეერთებულ შტატებში დიდი ინტერესით შეხვდნენ საბჭოთა ავტომატური საპლანეტათმორისო სადგურის „ვენერა-6“-ის გაშვებას ვენერასაკენ. ამერიკის საინფორმაციო სააგენტოებმა გადასცეს დაწვრილებითი ცნობები სადგურის ტექნიკურ მონაცემებსა და ფრენის მიზნებზე.

„იუნაიტედ პრეს ინტერნეშნლის სააგენტო აღნიშნავს, რომ „ვენერა“-ს გაშვება - ეს არის საპლანეტათმორისო სადგურის „ვენერა-5“-ის წარმატებითი გაშვებისა და ვენერაზე 1967 წლის ოქტომბერში რბილად დაჯდომის შემდგომი განვითარება, რამაც „რუსებს მოუტანა უდავო გამარჯვება კოსმოსში“. - [1969 წელის N5/ დანართი N37].

გაზეთის ამავე ნომერში გვხვდება მთელი გვერდი, სადაც სხვადასხვა ქვეყანა აღფრთოვანებას გამოხატავს „ვენერა-5“-ის მიმართებით. ამავდროულად „აპოლონ 11-ის“ მთვარეზე დაჯდომას მხოლოდ ზოგადი, პათოსს მოკლებული პუბლიკაცია მიუძღვნეს.

აშშ და მთვარეზე დაშვება

- „მიფრინავს „აპოლო 11“

როგორც ფრენის ხელმძღვანელებმა განაცხადეს, კოსმოსური ხომალდის „აპოლონ-11“-ის და მისი ეკიპაჟის ფრენის მესამე დღე ნორმალურად მიმდინარეობს“. - [19 ივლისის ნომერ; ამბავს თან ერთვის სამი პილოტის ბიოგრაფია/ დანართი N61].

ქვესათაური: „აპოლო-11-ის“ ეკიპაჟი მთვარეზე გაფრენის შესახებ“

ნიშანდობლივია, რომ ამ ამბის გავრცელების დროისთვის „აპოლონ 11“-ის წარმატება უკვე ცნობილი იყო, თუმცა ამის შესახებ გაზეთი მტკიცებით ფორმაში არაფერს წერს. მხოლოდ ზოგადი ინფორმაციაა პილოტების და გემის შესახებ.

- „აპოლონ-12“ მთვარეზე დაეშვა

ნიუ-იორკში, 19 ნოემბერი. (საკდესი). დღეს „აპოლონ-12“ კოსმოსური ხომალდის მთვარის კაბინა, რომელშიც არიან კოსმონავტები ჩარლზ კონრადი და ალან ბინი დაჯდა მთვარის ზედაპირზე ქარიშხალთა ოკეანეში. კოსმონავტი რიჩარდ

გორდონი დარჩა „აპოლონ-12“ კოსმოსური ხომალდის ძირითად ბლოკში და განაგრძობს ფრენას სელენოცენტრულ ორბიტაზე [დანართი N62].

მეტად მრავალფეროვანია აშშ-ის მიმართებით გამოქვეყნებული ნეგატიური ზოგადი ამბები 1969 წლისთვის.

აშშ

- „მიწისძვრა ნიუ-ჯორჯიის რაიონში“ - [1969 წელის N5/ დანართი N38]
- ნიუ-იორკი. გრძელდება 75000 ამერიკელი დოკერის გაფიცვა, რომლებიც ემსახურებიან ატლანტის ოკეანის სანაპიროსა და მექსიკის ყურის ნავსადგურებს. მუშები, რომლებიც უკვე მეორე კვირაა გაფიცული არიან, მოითხოვენ შრომის პირობების გაუმჯობესებას, ხელფასის მომატებასა და სამუშაო საათების ფიქსირებულ ოდენობას.

მეწარმეებს არ სურთ დააკმაყოფილონ გაფიცულთა სამართლიანი მოთხოვნა.“ - [1969 წელის N20/ დანართი N40]

ხშირად იკვეთება ტენდენცია, როდესაც აშშ-ში ან სხვა „მტერ“ ქვეყანაში მიმდინარე პროტესტის ანაც გაფიცვის დროს გაზეთი ღია მხარს უჭერს საზოგადოებას. მაგალითად, როგორც ზედა მაგალითშია „სამართლიანი მოთხოვნა“, რაც იმას გულისხმობს, რომ აშშ-ში „ცუდი სამუშაო პირობებია“.

- პროისრაელური კამპანია ნიუ-იორკში
„...მეიერს არც ერთი სიტყვა არ დაუძრავს იმის შესახებ, აპირებს თუ არა ისრაელი შეასრულოს უშიშროების საბჭოს რეზოლუცია და დატოვოს მის მიერ ოკუპირებული არაბული ტერიტორიები,“ - [1969 წელის N230/ დანართი N43].
რასობრივ დისკრიმინაციაზე აპელირებას გაზეთი 1964 წლიდან იწყებს, თუმცა მეტად ხშირდება ეს ყველაფერი 1969 წლის ნომრებში.
- რასობრივი დისკრიმინაციის წინააღმდეგ
ცნობილი ზანგი მსახიობი და საზოგადო მოღვაწე დიკ გრეგორი ამერიკაში რასობრივი დისკრიმინაციის წინააღმდეგ პროტესტის ნიშნად არჩეულია „ამერიკის შეერთებული შტატების დევნილ პრეზიდენტად“ [1969 წელის N55/ დანართი N42];
- „აგრესიული აქტი კამბოჯის წინააღმდეგ“
5 აპრილს ამერიკა-საიგონის ჯარების ორი ვერტმფრენი შეიჭრა კამბოჯის

საჰაერო სივრცეში და მზვერავთა რაზმი გადასხა კამბოჯის ტერიტორიაზე დასახლებული პუნქტის სნუოლის რაიონში (კრატეის პროვინცია)“ - [1969 წელის N90/ დანართი N53];

- „ფინანსური კრიზისის ახალი ეტაპი

აშშ-ში სულ უფრო დიდი შემფოთებით ადევნებენ თვალს სავალუტო კრიზისის განვითარებას დასავლეთ ევროპაში. ფინანსურ წრეებში, როგორც პრესის ცნობებიდან ჩანს, გამოთქვამენ შიშს იმის გამო, რომ დასავლეთ გერმანიის მთავრობის უარი - მოახდინოს მარკის დევალვაცია, კვლავ გაამწვავებს დასავლეთის ქვეყნების სავალუტო სისტემის კრიზისს, მით უმეტეს, რომ ამ სისტემამ დღემდე ვერ დაძლია გირვანქა სტერლინგის დევალვაციით გამოწვეული სიმძნელენი, რაც 1967 წლის ნოემბერში მოხდა.“ - [1969 წელის N110/ დანართი N54].

1969 წლიდან იწყება აპელირება ტრადიციებსა და რელიგიაზე, ასევე ძალადობის კულტის არსებობასა და მის პოპულარიზაციაზე.

- „საშინელებათა სახლი“ ჩიკაგოში. დამნაშავეობის ზრდა „ამერიკული ცხოვრების“ გადაუწყვეტელ პრობლემად რჩება. ჩიკაგოში, ისევე როგორც ამერიკის შეერთებული შტატების სხვა ქალაქებში, აშკარად ვაჭრობენ ცეცხლსასროლი და ცივი იარაღით.

ძალადობის კულტი ბატონობს ტელევიზიაში და კინემატოგრაფიაში, ვულგარულ გამოცემებში, რომელთა ტირაჟები მილიონებს აჭარბებს. ჩიკაგოს ერთ-ერთ ქუჩაზე არის ე. წ. „საშინელებათა სახლი“, სადაც ობივატელები თავიანთი ნერვების გასაღიზიანებლად მოდიან. ფანჯრებში გამოკიდული ჩონჩხები, ადამიანთა დასახიჩრებული გვამები, სახლის მფლობელის აზრით ეხმარება სუსტი ნერვების მქონეთ ცივ ოფლში გაიწურონ და სერიოზულად იფიქრონ „კოლტის“ სისტემის რევოლვერის ან ტელესკოპურსამიზნიანი შამხანის შეძენაზე.

სურათზე: „საშინელებათა სახლის“ შესასვლელთან.“ - [1969 წელის N110/ დანართი 55];

- „მიწისქვეშა აფეთქება

[აშშ] აშშ-ის ატომური ენერჯის კომისია იუწყება, რომ ამერიკის შეერთებულმა

შტატებმა გუშინ, მიმდინარე წელს მეექვსედ, მოაწყვეს მიწისქვეშა საცდელი ატომური აფეთქება ნევადის შტატის პოლიგონზე. როგორც საინფორმაციო სააგენტოები გვატყობინებენ, აფეთქების სიმძლავრემ შეადგინა 100 ათასი ტონა ტრინიტროტოლუოლი.“ – [22 მარტი/ დანართი N56].

მართალია, შემდეგი ინფორმაცია იაპონიაში ხდება, თუმცა მთავარი ადრესატი, მაინც აშშ-ა.

იაპონია

- „ანტიამერიკული დემონსტრაციები, მიტინგები
იაპონიის ქალაქებში იმართება დემონსტრაციები და მიტინგები, რომელთა მონაწილენი მოითხოვენ ოკინავაზე ამერიკის სამხედრო ბაზების ლიკვიდაციას, კუნძული ოკინავას დაბრუნებას იაპონიისთვის. იაპონიის ტერიტორიიდან ამერიკული ატომური იარაღის გატანას, გამოთქვამენ პროტესტს იაპონიის ნავსადგურების შესვლის წინააღმდეგ. (ერთვის სურათები), – [1969 წელის N55/ დანართი 41]

ისრაელი

1969 წელს გაზეთში ყველაზე აგრესიული მოთამაშის სახით ისრაელი შემოდის. იგი აშშ-ის მსგავსად წარმოდგენილია, როგორც „ოკუპანტი“, „აგრესორი“, „ომის გამღვივებელი“, „რასისტული“ და სხვა.

- „თავდასხმები გრძელდება“

არაბთა გაერთიანებული რესპუბლიკის მუდმივმა წარმომადგენლობამ გაერთიანებული ერების ორგანიზაციაში აცნობა უშიშროების საბჭოს, რომ გრძელდება ისრაელის ჯარების შეიარაღებული თავდასხმები არაბთა გაერთიანებული რესპუბლიკის ტერიტორიაზე სუეცის არხის რაიონში. გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის სამხედრო მეთვალყურეებმა სროლა შეაწყვეტინეს, მაგრამ ისრაელის მხარემ პროვოკაციული მიზნით კვლავ ატეხა სროლა 14 აპრილს დღისით. იმავე დღეს ისრაელის რამდენიმე რეაქტიული თვითმფრინავი შეეცადა შეჭრილიყო არაბთა გაერთიანებული რესპუბლიკის საჰაერო სივრცეში“ [1969 წელის N90/ დანართი N52];

- **„ოკუპანტთა რეპრესიები“**

ისრაელი. დამპყრობნი, რომლებსაც აშინებთ ოკუპირებული ტერიტორიების განთავისუფლებისათვის არაბ პატრიოტთა ბრძოლის გაქანება, აძლიერებენ ტერორსა და რეპრესიებს მშვიდობიანი არაბი მოსახლეობის წინააღმდეგ.

როგორც იორდანისის გაზეთი „ად-დუსტური“ წერს, **ისრაელის საოკუპაციო ხელისუფლებამ ამ ბოლო დღეებში ღაზის სექტორში დააპატიმრეს 150-მდე კაცი, მეტწილად სტუდენტები და მოსწავლეები.** – [N270/დანართი N58];

ხშირია შემთხვევები, როდესაც ტექსტი ხაზს უსვამს „მტრის“ სისუსტეს და მისი მხრიდან წაგების სიხშირეს:

- **„აგრესორის ზარალი“**

ისრაელის რამდენიმე თვითმფრინავმა სცადა დაებომბა ეგვიპტის ჯარების პოზიციები სუეცის არხის ჩრდილოეთ ნაწილში.

საჰაერო ბრძოლაში **ისრაელის ერთი თვითმფრინავი ჩამოაგდეს** და არხის აღმოსავლეთ ნაპირზე დავარდა. ეგვიპტის ყველა თვითმფრინავი მშვიდობით დაბრუნდა ბაზებში. როგორც ცნობილია, ეგვიპტის ავიაციამ 22 ოქტომბერს იერიში მიიტანა ისრაელის პოზიციებზე სინის მთაზე და არაბთა გაერთიანებული რესპუბლიკის სამხედრო სარდლობის წარმომადგენელმა ამასთან დაკავშირებით აღნიშნა, რომ ამ თავდასხმის დროს დაბომბეს ისრაელის საომარი მასალის რამდენიმე საწყობი და სხვა სამხედრო ობიექტები.“ – [N250/ დანართი N59];

- **„მორიგი პროვოკაცია“**

ისრაელის მხედრიონი პროვოკაციულად იწვევს ახალ შეიარაღებულ შეტაკებებს სირია- ისრაელის ცეცხლის შეწყვეტის ხაზზე. როგორც განაცხადა სირიის შეიარაღებული ძალების სარდლობის წარმომადგენელმა, გუშინ 16 საათსა და 30 წუთზე ადგილობრივი დროით აბუ რაჯემის რაიონში გააფთრებული სროლა დაიწყო სირიისა და ისრაელის ჯარებს შორის, სროლის შედეგად მოსპობილია ისრაელ ოკუპანტთა ორი საცეცხლე პოზიცია [N160/ დანართი N60].;

ლონდონი

- **დაპირებანი ქალაქზე დარჩა**

ლონდონი, 6 იანვარი. (საკდესი). ინგლისის მთავრობას განზრახული აქვს 1.080 მილიონი გირვანქა სტერლინგი დახარჯოს 1977 წლამდე ამერიკის

შეერთებულ შტატებში იარაღის შესასყიდად. ეს თანხა, როგორც დღეს გაზეთი „დეილი ტელეგრაფი“ წერს, მოხმარდება „ფანტომის“ ტიპის რეაქტიული ავიაგამანადგურებლების და „პოლარისის“ რაკეტებისა და სხვა სახის იარაღის შეძენას.

უკანასკნელ ორ წელიწადში ინგლისის ლეიბორისტული მთავრობა უხვად იძლეოდა დაპირებას, რომ შეამცირებდა სამხედრო ხარჯებს, მაგრამ ეს დაპირებანი ქალაქებზე დარჩა. მიმდინარე საფინანსო წლის დამლევსათვის სამხედრო ხარჯები ორ მილიარდ გირვანქა სტერლინგს გადაამეტებს.“ - [1969 წელის N5/დანართი N39];

- „ჰილი იარაღს ათამაშებს“ - [1969 წელის N230/დანართი N44];
- „გირვანქა სტერლინგი მერყეობს“ - [1969 წელის N190/დანართი N45];
- „გელფასტში კვლავ მღელვარებაა

გუმინ მთელი დღის განმავლობაში ინგლისის ჯარები ბელფასტსა და ჩრდილოეთ ირლანდიის სხვა ქალაქებში ანგრევდნენ ბარიკადებს, რომლებიც მოქალაქეობრივი უფლებებისთვის მოძრაობის მონაწილეებმა ააგეს. როგორც ოლსტერიდან იტყობინებიან, ეს ღონისძიებანი აწყდება მოსახლეობის წინააღმდეგობას, განსაკუთრებით ქალაქ ლონდონერიში. მოქალაქეობრივი უფლებებისთვის მოძრაობის მონაწილეები კვლავ დაბეჯითებით მოითხოვენ, რომ ელემენტარული მოქალაქეობრივი თავისუფლებანი მიენიჭოს ჩრდილოეთ ირლანდიის მთელ მოსახლეობას.“ - [1969 წელის N220/ დანართი N46];

- „დავა მწვავედება

გიბრალტარში განლაგებული ინგლისის ჯარები საბრძოლოდ გაამზადეს. ხოლო ნავსადგურში დგანან ინგლისის ავიამზიდი „იგლი“ და საესკადრო ნაღმოსანი „დიანა“. ამავე დროს ნეიტრალურ წყლებში გიბრალტარის კლდის მახლობლად დადიან ესპანეთის სამხედრო-საზღვაო ძალების ხომალდები“ - [1969 წელის N230/ დანართი N47].

1964 წლის მაგალითებს მსუბუქად გასდევდა გაეროს დაკნინების **ნარატივი**, ხოლო 1969 წელს უკვე მეტად აქტიურდება **პირდაპირი ნეგატიური ამბები** ნატო-ს მიმართულებით.

ნატო

- „ნატოს პროვოკაციები ხმელთაშუა ზღვაში“ -[1969 წელის N250/ დანართი N48];
- „ბელგიის კომპარტიის ორგანო გაზეთი „დრაპო რუჟი“ მოუწოდებს ბელგიას, გავიდეს ნატოს აგრესიული ბლოკიდან. ნატოს შექმნამ, ხაზს უსვამს გაზეთი, საფრთხე შეუქმნა მთელ მსოფლიოს ხალხთა უშიშროებას“ - [1969 წელის N250/ დანართი N49]

1969 წლის ანალიზი ასევე მნიშვნელოვანია იმით, რომ ჩანს რადიკალური განსხვავება სომხური „სოვეტაკან ჰაიასტანის“ და „კომუნისტის“ საერთაშორისო ამბების ბლოკებში. ყველა სომხურ ნომერში თითქმის 3-4 ჯერ ნაკლებია საერთაშორისო ამბები. აღსანიშნავია, რომ წინა წლებშიც აღინიშნებოდა მსგავსი ტენდენცია. აქვე, მანიპულაციების ყველაზე მრავალფეროვანი სპექტრი ზუსტად საერთაშორისო ბლოკში გამოიყენებოდა. შესაბამისად, სომხური გაზეთი შედარებით დაცლილი საერთაშორისო მანიპულაციებისაგან.

- **მსგავსი ამბების რიტორიკა - შედარებისთვის**

მნიშვნელოვანია დავაკვირდეთ იმასაც, თუ რა ტიპის ინფორმაციაა თანხვედრაში ერთმანეთთან. ეს ძირითადად ეხება ქვეყნებს, რომლებთანაც ომი აქვს ამერიკულ მხარეს, ქვეყნებს, სადაც ამერიკამ უკვე წააგო ანაც სოციალისტურ ქვეყნებს. სიტყვა სიტყვით მეორდება გაზეთებში ინფორმაცია ვიეტნამის შესახებ.

ვიეტნამი

- „ვიეტნამი აშენებს

ვიეტნამის დემოკრატიული რესპუბლიკა: ყოველ წელს მატულობს მაგისტრალური სამანქანო გზების სიგრძე ვიეტნამის მთიან რაიონებში. გზების მშენებლობაში დიდ როლს ასრულებენ ახალგაზრდული ბრიგადები.“ – [სომხური და ქართული N180/ დანართი N57

- **„ზიანს აყენებენ მშვიდობას“**

ვარშავა, 2 მარტი. (საკდესი). იმპერიალისტურ სახელმწიფოთა მმართველი წრეები ყურადღებით ადევნებენ თვალს შეტაკებებს საბჭოთა კავშირ-ჩინეთის საზღვარზე და იმედოვნებენ, რომ ისინი შეასუსტებენ სოციალისტური ქვეყნების თანამეგობრობას, განსაკუთრებით საბჭოთა კავშირის მშვიდობისა და სოციალიზმის მთავარი ძალის პოზიციებს, წერს ვარშავის ყოველკვირეული „პოლიტიკა“.

მოვლენები საბჭოთა კავშირი-ჩინეთის საზღვარზე ჩვენს შემფოთებას იწვევდნენ, ხაზს უსვამს „პოლიტიკა“. ჩვენ სოლიდარული ვართ საბჭოთა მეგობრებთან, მათს ღონისძიებებთან - ბოლო მოუღონ ჩინელ შოვინისტთა პროვოკაციებს და მოაწესრიგონ მდგომარეობა ახლო აღმოსავლეთში.

პეკინის ხელისუფალთა პროვოკაციები აგრეთვე უშუალოდ ზიანს აყენებენ ვიეტნამელი ხალხის ინტერესებს.“ - [1969 წელი, სომხური და ქართული N70/დანართები N 50/51];

სომხურ „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ საერთაშორისო ბლოკი ყველაზე მწირი 1969 წელსაა. ბლოკში ძალიან ცოტაა ნეგატიური ინფორმაცია უცხო ქვეყნების მიმართულებით. მაგალითად, გაზეთების N70-ის სომხურ ვერსიაში სულ 4 საერთაშორისო ამბავია, მაშინ როდესაც ქართულში 11-ია. ემთხვევა „მოლაპარაკება ჰანოიში“, „ევროპული უშიშროების უზრუნველსაყოფად“ და „ზიანს აყენებს მშვიდობას“. სომხურ გაზეთში არის ერთი მასალა, რომელიც არაა ქართულში - „მეწყერი სანტიაგოში“. გარდა ამისა, სომხური გაზეთის 110 ნომერში ნეგატიური ინფორმაცია უცხოეთის შესახებ საერთოდ არ არის. ამ მნიშვნელოვან განსხვავებას გავანალიზებთ ცალკე თავში, სადაც შესაძლოა ახალი მიმართულებები დავინახოთ.

3.7 1969 წელი - სომხეთი

14) ცხრილი N10: „სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - ობიექტების რაოდენობა მანიპულაციების მიხედვით - 1969

„სოვეტაკან ჰაიასტანი“ - 1969			
ობიექტი	პუბლიკაციების რაოდენობა	რიტორიკა/როგორ მოიხსენიებენ/რას წერენ/ნარატივები	მანიპულაციური მექანიზმი
ადგილობრივი	2	<ul style="list-style-type: none"> მარტივი ლოკალური პრობლემები; 	<ul style="list-style-type: none"> პროეცირება;
აშშ (ვაშინგტონი, ნიუ-იორკი)	16	<ul style="list-style-type: none"> გაფიცვების რაოდენობის ჩვენება; მატყუარას იმიჯი; არეულობა/ქაოსი; ოკუპანტი/კოლონისტი; რასისტი; 	<ul style="list-style-type: none"> რიტორიკული სიცრუე: „ყურადღების გადატანის“ ანუ Red Herring; ფრეიმინგი; დამაჯერებელი ენა; სტერეოტიპირება/დემონიზაცია;

			<ul style="list-style-type: none"> ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური შეტყობინებები; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია; ▪ ტექსტით მანიპულაცია; ▪ ფრეიმინგი; ▪ მარიონეტული ომები - Proxy Wars;
საფრანგეთი (პარიზი)	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ კოლონისტი; ▪ აგრესორი; ▪ ჩვეულებრივი ინფორმაციის დონის ამბები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დემონიზაცია; ▪ სტერეოტიპირება/დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება; ▪ სუბლიმინალური; ▪ შეტყობინებები;
ვიეტნამი	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ტანჯული; ▪ დემოკრატიული; ▪ მეზრძოლი; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფსევდო-პოზიტივი; ▪ პროეცირება; ▪ დიპლომატიური მანიპულაცია (Diplomatic Manipulation); ▪ მარიონეტული ომები (Proxy Wars);
დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი)	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ კოლონისტი; ▪ აგრესორი; ▪ ჩვეულებრივი ინფორმაციის დონის ამბები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დემონიზაცია; ▪ სტერეოტიპირება/ დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება.
სხვა: იტალია, ისრაელი, ბელგია, დანია და სხვა. (ქვეყნები, რომლებიც ერთხელ ან ორჯერ არის ამბებში მოხსენიებული.)	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ კოლონისტი; ▪ აგრესორი; ▪ ჩვეულებრივი ინფორმაციის დონის ამბები; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ფრეიმინგი; ▪ დემონიზაცია; ▪ სტერეოტიპირება/ დემონიზაცია; ▪ შიშის გაღვივება; ▪ პროეცირება. ▪
სულ	36		

აშშ

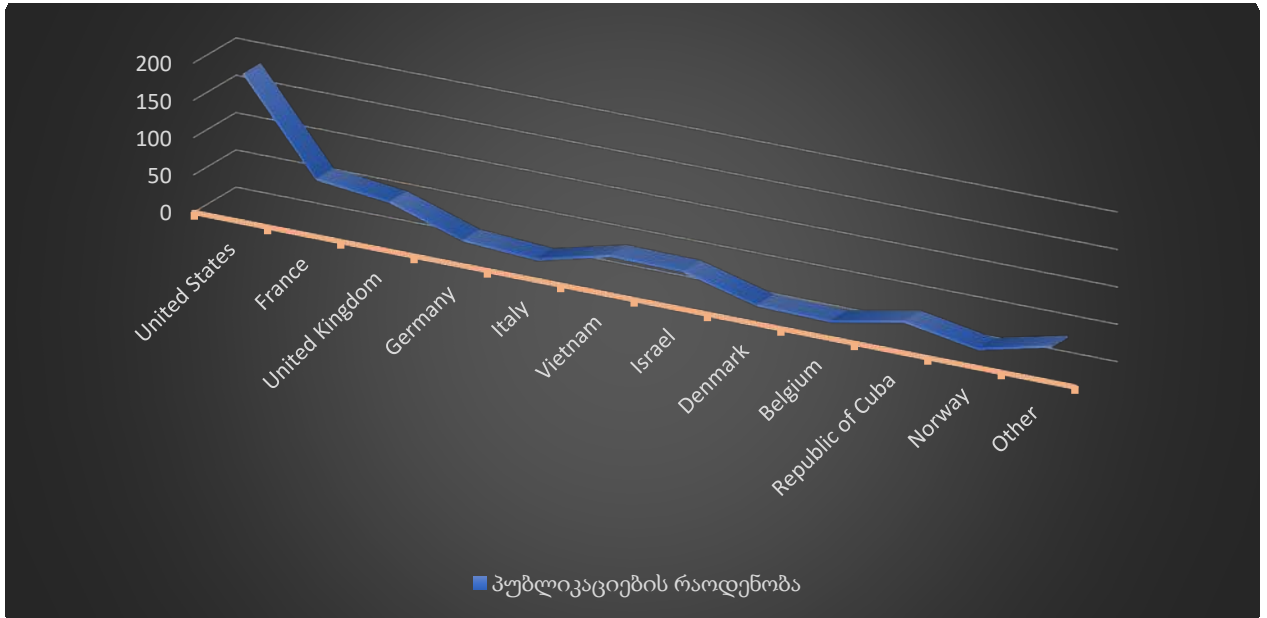
- „ვაშინგტონი. შეერთებული შტატებში აპირებენ დაამტკიცონ ჟენევის 1925 წლის ჩანაწერი, რომლითაც აკრძალულია ქიმიური და ბაქტერიული იარაღის გამოყენება. ეს მოთხოვნა წამოწია დემოკრატიულმა კოალიციამ. თუმცა, როგორც ცნობილია, აშშ-ის თავდაცვის მინისტრმა რამდენიმე დღის წინ აღიარა, რომ აშშ აგრძელებს ქიმიური და ბაქტერიული იარაღის გამოყენებას. მაკარტნიმ ასევე აღნიშნა, რომ რეზერვში კიდევ აქვთ მსგავსი და სხვა სახის იარაღები.“- [N180/ დანართი N63];

- "გამოცხადდა საგანგებო ვითარება
არგენტინის რუსარიო ქალაქში საგანგებო ვითარება გამოცხადდა მუდმივი გაფიცვების და პროტესტების გამო. როგორც იუწყება ამერიკული მედია ქალაქში სამხედროები შეიყვანეს". – [N220/დანართი N64];
- „აშშ-ის საზოგადოებამ იმედგაცრუებით მიიღო სამხრეთ ვიეტნამიდან 35 ათასკაციანი ჯარის გამოყვანის ამბავი. გაზეთები წერენ, რომ ეს პროპაგანდის ხასიათს ატარებს აშშ-ის მხრიდან და არანაირად არ გულისხმობს ვიეტნამის პრობლემის მშვიდობიან გადაჭრას“. – [N230/დანართი N65];
- “სასტიკი ძალადობები
ჟურნალისტი ეგოროვი იუწყება, რომ ამერიკულ გაზეთებში გამოჩნდა ფოტო, რომელზეც რამდენიმე ზანგი ადამიანია მიჯაჭვული კედელზე. მაგრამ, ეს 19-ე საუკუნის ფოტო არ არის - ეს დღევანდელია ამერიკაში. აშშ-ში სასამართლოს შეუძლია ყველაზე მკაცრად დასაჯოს ისინი, მათ შორის სიკვდილით“- [N290/ დანართი 67];
- „აპოლონ-12“ მთვარეზე დაეშვა (ეს ამბავი ზუსტად მეორდება სომხურ გაზეთში)
ნიუ-იორში, 19 ნოემბერი. (საკდესი). დღეს „აპოლონ-12“ კოსმოსური ხომალდის მთვარის კაბინა, რომელშიც არიან კოსმონავტები ჩარლზ კონრადი და ალან ბინი დაჯდა მთვარის ზედაპირზე ქარიშხალთა ოკეანეში. კოსმონავტი რიჩარდ გორდონი დარჩა „აპოლონ-12“ კოსმოსური ხომალდის ძირითად ბლოკში და განაგრძობს ფრენას სელენოცენტრულ ორბიტაზე [დანართი N62].

სომხურ „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ დაიკვირვება უცხოურ ამბებში პოზიტიური ნაკადის ტენდენციაც. მაგალითად, „ინდირა განდის მიმართვა ხალხს“, „გამოფენა ლონდონში“, „მსოფლიო ჭადრაკის ამბების“, „ხარტუმი ხვდება სტუმრებს“ და სხვა მსგავსი ნეიტრალური ჩვეულებრივი ამბები, რომელთა ტექსტიც არ გამოირჩევა რიტორიკითა და კონკრეტული ნარატივით.

თუმცა, სანამ უშუალოდ შედარებით ანალიზზე გადავალთ მნიშვნელოვანია დავთვალოთ და დავაკვირდეთ ნეგატიური ინფორმაციის ადრესატებს (იხ. 3D დიაგრამა N1).

15) 3D დიაგრამა N1: ნეგატიური ინფორმაცია ქვეყნების მიხედვით

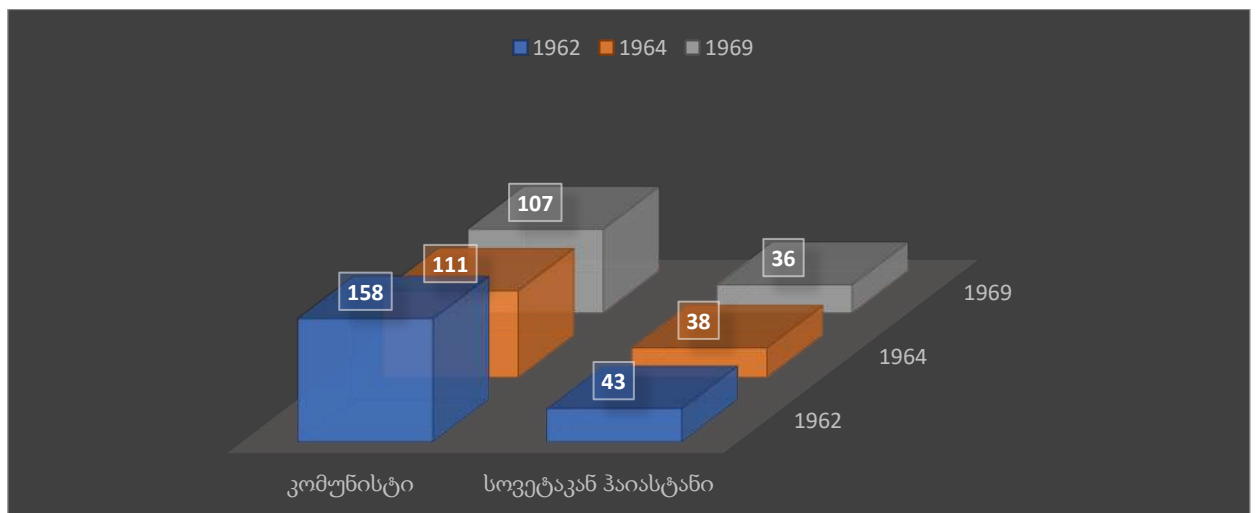


აშკარაა, რომ პუბლიკაციების რაოდენობის მიხედვით ლიდერობს აშშ (n=186), შემდეგ საფრანგეთი (n=63), გაერთიანებული სამეფო (n=52) იმ დროს ასე იყო მოხსენიებული) და ისრაელი (n=37). საინტერესოა ისიც, რომ აღნიშნული რაოდენობის მატება პირდაპირ პროპორციულია ცივ ომში აქტიურად ჩართულობის პერიოდთან. მიუხედავად იმისა, რომ ეს გაერთიანებული მონაცემებია ორივე ქვეყნისთვის, აუცილებელია ამ მონაცემების მიხედვით არსებული მსგავსებების და განსხვავებების შედარებაც, რადგან ზუსტად აქ შეიძლება იმალებოდეს მნიშვნელოვანი შედეგები.

თავი IV: შედარებითი ანალიზი - გაზეთების ძირეული განსხვავებები

მნიშვნელოვანია, რომ საერთაშორისო ამბების ბლოკში პუბლიკაციების სათაურები ემთხვევა. რადიკალური განსხვავებაა რაოდენობაში. მაგალითად, გაზეთის N50 ნომერში „კომუნისტის“ საერთაშორისო ამბების ბლოკში 15 პუბლიკაციაა, „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ - მხოლოდ 5. ასეთივეა N90 და ყველა სხვა. ხშირად, „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ საერთოდ არ გვხვდება უცხოეთის ბლოკი. რა თმა უნდა, რაოდენობრივმა კონტენტ-ანალიზმა აჩვენა, რომ ზოგადად, 3 წლის საერთო პუბლიკაციების რაოდენობით, სომხეთი (n=3244) ჩამოუვარდება საქართველოს (n=4117), თუმცა ეს სხვაობა რადიკალური არ არის, მაშინ როდესაც ერთ ნომერში საერთაშორისო ამბები 3-ჯერ აღემატება მეორეს. იგივე სურათი ფიქსირდება, თუ დავთვლით და შევადარებთ საერთაშორისო ბლოკებში გამოქვეყნებულ ე.წ. ნეგატიურ ინფორმაციას.

16) დიაგრამა N4: ნეგატიური ამბების რაოდენობა წლებისა და გაზეთების მიხედვით



დიაგრამა ცხადყოფს, რომ 1962 წელს „კომუნისტში“ ნეგატიური ამბების რაოდენობაა n=158, სომხურში n=43, რაც სამჯერ ნაკლებია ქართულ გაზეთთან შედარებით. იგივე მეორდება სხვა წლების მაგალითზე. საბჭოთა და რუსული მანიპულაციური სისტემის გათვალისწინებით, ამ მონაცემებს თავისი მიზეზიც აქვს, რაც რეალურად მეტად ფართო და დროში განვრცობილ გავლენებს იძლევა, ვიდრე ეს ერთი ნახვით ჩანს. ამ მანიპულაციების ტოტები დღემდე სწვდება ქართულ და სომხურ რეალობას, უფრო ფართოდ კი - კავკასიას.

4.1 გააქტიურებული მანიპულაციის მიზეზები: ავტორის ინტერპრეტაცია და ლიტერატურის გაანალიზება

საქართველოს ძლიერი ეროვნული იდენტობა და ისტორიული წინააღმდეგობა რუსეთის მმართველობის მიმართ დიდ გამოწვევას უქმნიდა საბჭოთა ხელისუფლებას (Smith, 2000). ქართულმა ნაციონალიზმმა, გამოხატულმა ენაში, კულტურასა და რელიგიაში, საბჭოთა ჩარჩოებშივე წარმოქმნა წინააღმდეგობის მუდმივი წყარო, რამაც გამოიწვია ღრმა და ინტენსიური მედიამანიპულაციები (Jones, 2005). საკვანძო ინციდენტებმა, როგორცაა 1956 წლის ანტისაბჭოთა დემონსტრაციები თბილისში, ხაზი გაუსვა საქართველოს წინააღმდეგობას საბჭოთა მმართველობისადმი, რამაც გააძლიერა საბჭოთა კავშირის შეშფოთება პოტენციურ სეპარატიზმთან დაკავშირებით (Sunny, 1994). ამის საპასუხოდ, საბჭოთა მედია საქართველოში აქტიურად თრგუნავდა ნაციონალისტურ რიტორიკას და აძლიერებდა საბჭოთა კავშირის ერთიანობას ადგილობრივი წინააღმდეგობის დასაბალანსებლად.

ამის საპირისპიროდ, სომხეთმა აჩვენა წინააღმდეგობის შედარებით დაბალი დონე და საბჭოთა ხელისუფლებასთან შეინარჩუნა უნიკალური ურთიერთობა უსაფრთხოების ისტორიული საჭიროების გამო, თურქეთის მტრობის პირობებში (Kurkchian, 2001). ამ ფარდობითმა ლოიალობამ გავლენა მოახდინა საბჭოთა მედიის სტრატეგიებზე, რამაც სომხეთში პირდაპირი მანიპულირება ნაკლებად ინტენსიური გახდა, ვიდრე საქართველოში (Derluigian, 2005).

საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობა, რომელიც ესაზღვრება თურქეთს (ნატოს წევრი), აქცევს მას კრიტიკულ მოთამაშედ ცივი ომის კონტექსტში (Browning, 2011). ქართული მედია საფუძვლიანად იქნა შესწავლილი, რათა თავიდან აერიდებინათ დასავლური გავლენის ნებისმიერი შეღწევა, რადგან საბჭოთა კავშირი საქართველოს განიხილავდა, როგორც დაუცველს გარე იდეოლოგიების გავლენის მიმართ. ქართული მედიის საბჭოთა კონტროლი მოიცავდა ნარატივებს, რომლებიც ხაზს უსვამდა დასავლური კაპიტალისტური იდეებს და მეტად ამტკიცებდა საბჭოთა ღირებულებებს ნატოს სიახლოვის წინააღმდეგ (Chamberlain, 2011).

შედარებისთვის, სომხეთს ზღვაზე გასასვლელი არ აქვს, ხოლო ნატოს ქვეყნებიდან დაშორებამ ის ნაკლებად მგრძობიარე გახდა დასავლეთის გავლენის

მიმართ. შესაბამისად, სომხეთი ითვლებოდა უფრო დაბალ პრიორიტეტულ სამიზნედ ინტენსიური მედიამანიპულაციისთვის (Sunny, 1993).

სხვა ყველაფერთან ერთად, საქართველოს ეთნიკურად მრავალფეროვანი მოსახლეობა საბჭოთა კავშირისთვის დამატებით გამოწვევას წარმოადგენდა. საბჭოთა ხელისუფლება პრესის დახმარებით მანიპულირებდა ისეთ ეთნიკურ ჯგუფებს შორის, როგორცაა აფხაზები, ოსები და სომხები (Nodia, 1996). ეთნიკური ნაციონალიზმის შემცირების მცდელობები მოიცავდა საბჭოთა სოლიდარობის ხელშეწყობას ადგილობრივ იდენტობებზე მედიანარატივებით, რომლებიც ხაზს უსვამდნენ სოციალიზმის პირობებში ერთიანობის სარგებელს (Jones, 2005).

სომხეთის ეთნიკურად ჰომოგენურ მოსახლეობას ეთნიკური დამაბულობა ნაკლებად ახასიათებდა, რამაც, თავის მხრივ, შეამცირა მედიით მიზანმიმართული მანიპულირების აუცილებლობა (Kurkchiyan, 2001). საბჭოთა ხელისუფლებამ გამოიყენა სომხეთის შედარებით სტაბილური პოლიტიკური გარემო საბჭოთა სახელმწიფოსთან სოლიდარობის გასაძლიერებლად, ეთნიკური ჯგუფებით მანიპულაციის სტრატეგიების საჭიროების გარეშე.

საქართველოს მართლმადიდებელ ეკლესიას მნიშვნელოვანი გავლენა ჰქონდა საქართველოში, რადგან გადახლართული იყო ქართულ ეროვნულ იდენტობასთან და ართულებდა საბჭოთა ათეისტურ პოლიტიკას (Rapp, 2011). საბჭოთა ხელისუფლება უფრო ხილდებოდა ქართულ საზოგადოებაში რელიგიურ ელემენტებს და ცდილობდა ეკლესიის გავლენის შეზღუდვას მედიის კონტროლის გზით, რომელიც ხელს უწყობდა ათეისტურ იდეალებს, ხოლო რელიგიას ასახავდა როგორც ბურჟუაზიული ჩაგვრის ნარჩენს (Sunny, 1994).

სომხეთში სამოციქულო ეკლესიას საბჭოთა საზოგადოებაში დამკვიდრებული, მაგრამ უფრო მართვადი პოზიცია ეკავა. სომხეთის ერთგულება და საბჭოთა პრინციპებთან შესაბამისობა გულისხმობდა ნაკლებად მკაცრ მიდგომას რელიგიის მიმართულებით მედიის კონტროლისთვის, რადგან სომხური ეკლესია ნაკლებ საფრთხეს უქმნიდა საბჭოთა იდეოლოგიურ ერთობას (Kurkchiyan, 2001).

ქართული ინტელიგენცია და პოლიტიკური ელიტა ხშირად გამოხატავდნენ თავიანთ ნაციონალისტურ შეხედულებებს და საბჭოთა ხელისუფლებას სთხოვდნენ მედიის გამოყენებას ამ გავლენის დასაძლევად (Smith, 2000). გამოჩენილი ქართველი

ინტელექტუალები ნაციონალისტური მიდრეკილებით წარმოადგენდნენ გამოწვევას. ისინი განიხილებოდნენ, როგორც დესტაბილიზაციის პოტენციური ფიგურები, რომლებსაც შეეძლოთ ძირი გამოეთხაროთ საბჭოთა კონტროლის მექანიზმისთვის.

სომხეთში, მიუხედავად იმისა, რომ ინტელექტუალები და კულტურული ლიდერები ასევე ხელს უწყობდნენ სომხურ იდენტობას, მაინც ძირითადად საბჭოთა იდეალებს უკავშირდებოდნენ მხარდაჭერაზე დამოკიდებულების გამო (Derlugian, 2005).

ამ მოსაზრებების განსამტკიცებლად შეგვიძლია გავაანალიზოთ ორივე ქვეყნის საკვლევო ობიექტების რუბრიკები:

- **რუბრიკა „ჩვენს დიად სამშობლოში“**

გაზეთ „კომუნისტში“ სტრატეგიულად გათვლილ და თვალსაჩინო ადგილას არის განთავსებული რუბრიკა „ჩვენს დიად სამშობლოში“. ბლოკი პირველი გვერდის შუა ნაწილშია, ხოლო გაფორმებაში დომინირებს კრემლის საათი და ვარსკვლავი, ასევე მთვარეზე გაფრენის იმიტაცია (კოსმოსური ხომალდი). სათაურიდან გამომდინარე, ჩნდება მოლოდინი, რომ ბლოკი საქართველოს შესახებ ლოკალურ ამბებს უნდა აერთიანებდეს. ბლოკში სულ სამი ამბავია (დანართი N67):

- **ანტარქტიდა, სადგური „ვოსტოკი“.**

სიცივის პოლუსი და სადგური „ვოსტოკი“ განაგრძობენ კოსმოსის ახალი საბჭოთა მზვერავების რადიოდაკვირვებას/

- **„მილიონნახევარი მნახველი**

გორკი ლენინსკიე (მოსკოვის ოლქი). 15 წელი შესრულდა, რაც გაიხსნა ლენინის მუზეუმი. ამ პერიოდის განმავლობაში მილიონნახევარმა ადამიანი ეწვია მუზეუმს.

- **ჩინელი თანამშრომლები დუბნაში**

დუბნა (მოსკოვის ოქლი). აქ ატომგულის საკვლევ გაერთიანებულ ინსტიტუტში სამუშაოდ ჩინეთიდან ჩამოვიდა თანამშრომელთა ახალი ჯგუფი.

რუბრიკაში სამიდან სამივე ინფორმაცია მოსკოვის ოლქს ან საბჭოთა ტერიტორიას ეხება. ამ პერიოდული (რამდენიმე ნომერში ერთხელ ჩნდება) რუბრიკის მიზანია, სამშობლოს განცდა განაზოგადოს რუსეთზე, მოსკოვსა და მთელ

საბჭოეთზე. ამით, შეამციროს ქართული ნაციონალიზმი. **ნიშანდობლივია, რომ აღნიშნული რუბრიკა სომხურ „სოვეტაკან ჰაიასტანში“ არ არის.** ხოლო, „კომუნისტის“ 1964 წელს გაანალიზებული 65 ნომრიდან 25-ში რუბრიკა არსებობს და გვხვდება პირველ გვერდზე იგივე პრინციპით - რუბრიკაში არასდროს ხვდება ამბების თბილისიდან (საქართველოდან). რუბრიკის ამოღების მიზანი ხშირად სპეციალური ნომერი ხდება, როდესაც მთელი ნომერი ერთ იდეას ეთმობა. გაზეთის 165 ნომრიდან ლოგო იცვლება და ჩნდება ხორბალში, კოსმოსურ ხომალდში და კომპურა ამწეში ჩამალული ნამგალი და ურო (დანართი N68).

რაოდენობრივი მონაცემების და ლიტერატურის შერწყმით, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საბჭოთა კავშირის დიფერენცირებული მიდგომა მედიამანიპულირების მიმართ საქართველოსა და სომხეთში ავლენს მის ნიუანსირებულ სტრატეგიას. საქართველოს ძლიერი ნაციონალიზმი, რელიგიური გავლენა და გეოპოლიტიკური მნიშვნელობა საჭიროებდა საბჭოთა მედიის მიზანმიმართულ კონტროლს, ხოლო სომხეთის გეოპოლიტიკური პოზიცია ნაკლებად ინტენსიურ მიდგომას ითხოვდა. ეს სტრატეგიული უთანასწორობა ხაზს უსვამს სსრკ-ს პრიორიტეტს, რომ რეგიონში შექმნას კონტროლირებული ნარატივი, რასაც აღწევს მედიამანიპულაციის კომპლექსური ტაქტიკით. ამ მიდგომას ის იყენებდა საბჭოთა ერთიანობის შესანარჩუნებლად და მის რესპუბლიკებში იდეოლოგიური უთანხმოების თავიდან ასაცილებლად.

ეს არის კვლევის შედეგად შემჩნეული ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი განსხვავება, რომელსაც დამატებით დავასაბუთებთ სიღრმისეულ ინტერვიუში ექსპერტებთან ერთად, რადგან შესაძლოა მივიღოთ მნიშვნელოვანი გეოპოლიტიკური ბმა მანიპულაციური ტაქტიკების გამოყენების სიხშირესთან მიმართებით.

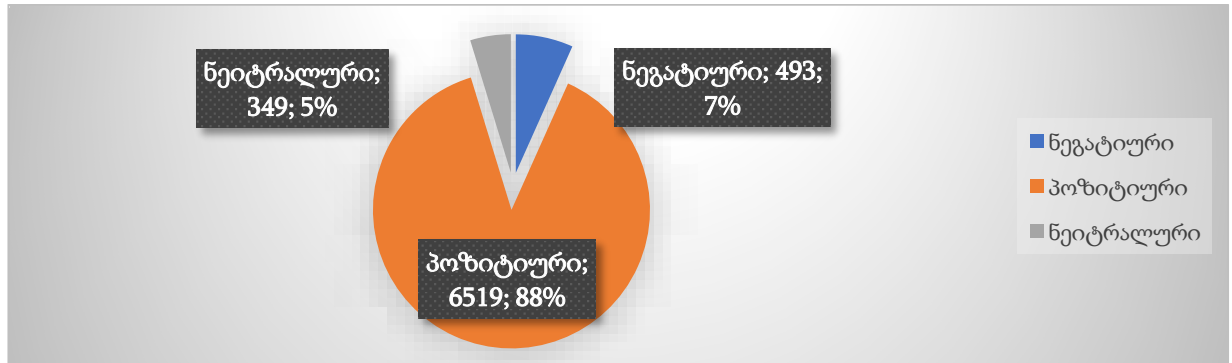
მთავარ კითხვად კი ის რჩება, თუ როგორ ტრანსფორმირდა მანიპულაციური მექანიზმები თანამედროვეობაში?

4.2 ცრუ-პოზიტივი საბჭოთა პრესაში: პროპაგანდა თუ ახალი მანიპულატორი?

კვლევის პირველივე ეტაპზე გაირკვა, რომ ცივი ომის პერიოდში პრესა ორივე ქვეყანაში გაჯერებული იყო „პოზიტიური“ საბჭოთა ინფორმაციით, რომელიც საერთაშორისო ამბების რუბრიკის ფონზე, საკმაოდ გამოირჩევა. საერთო

პუბლიკაციების (n=7361) 88 პროცენტი (n=6519) სპეციალური კოდირების ანკეტით დახარისხდა და კლასიფიცირდა, როგორც „პოზიტიური“ (იხ. დიაგრამა N4).

17) დიაგრამა N5: ინფორმაციის პროცენტული და რაოდენობრივი განაწილება ხასიათის მიხედვით



აღნიშნული ციფრები მიემართება და ადასტურებს, რომ საბჭოთა პრესაში დომინირებს ფსევდო- ან ცრუ-პოზიტივი. აღნიშნული ტენდენცია კვლევის პირველ ეტაპზე ნათლად გამოიკვეთა. შესაბამისად, ეს კვლევა არის მცდელობა, რომ ფსევდო-პოზიტივი ჩამოვაცალიბოთ, როგორც მედიამანიპულაციის ერთ-ერთი ტაქტიკა, რომელიც ქმნის ინფორმაციულ ბუმბუს. მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ მიერ შერჩეული ტაქტიკები, მაგალითად, შერჩევითი გაშუქება, ფრეიმინგი და სხვ. ნაწილობრივ მოიცავს ერთმხრივი ამბების გაზიარებას საზოგადოებისთვის, ეს სრულად არ გულისხმობს მუდმივად პოზიტიური ინფორმაციის ზეგავლენის ქვეშ ყოფნას და ამ მდგომარეობით მანიპულირებას.

დღევანდელი გადმოსახედიდან რთულია დადგინდეს, კონკრეტულად რომელი ამბავია ყალბი, თუმცა მკვლევრები ადასტურებენ, რომ საბჭოთა პრესაში მიდრეკილი იყო საკუთარი შიდა საქმიანობის აღმატებულად წარმოჩენისკენ.

საბჭოთა გაზეთები, როგორცაა „კომუნისტი“, ხშირად აშუქებდნენ საბჭოთა მიღწევების უაღრესად ოპტიმისტურ ამბებს სსრკ-ში ერთიანობისა და იდეოლოგიური სიძლიერის იმიჯის შესაქმნელად. ეს მუდმივი პოზიტივი გამოიყენებოდა როგორც კომუნისტური პარტიის ღირებულებების განმტკიცების ინსტრუმენტი, რომლის მიზანი იყო საზოგადოებაში საბჭოთა იდეოლოგიისადმი ლოიალობის შენარჩუნება რეალური სოციალურ-ეკონომიკური გამოწვევების ფონზე. მკვლევრები ამტკიცებენ, რომ ასეთი გაშუქება მიზნად ისახავდა ნებისმიერი წარუმატებლობის ან განსხვავებული აზრის დაჩრდილვას, ასევე დასავლური

გავლენის თავიდან აცილებას (Roth-Ey, 2011). ისტორიკოსები აღნიშნავენ, რომ ინდუსტრიული ზრდის, მეცნიერული პროგრესისა და კულტურული მიღწევების სამაგალითო ისტორიების ჩვენებით საბჭოთა მედია ინარჩუნებდა იდეალური საზოგადოების და ქვეყნის იმიჯს, რაც ხელს უწყობდა საზოგადოების აღქმის/აზრის კონტროლს (Yurchak, 2006). ზუსტად ამიტომ არის მნიშვნელოვანი, რომ ეს სტრატეგია განვიხილოთ, როგორც ცრუ-პოზიტივით მანიპულირება, რადგან ის დაეხმარა რეჟიმს, შეენარჩუნებინა ხელსაყრელი იმიჯი შიდა და გარე აუდიტორიის თვალში.

იქიდან გამომდინარე, რომ ზოგადად პროპაგანდა საბჭოთა რუსეთის ყველაზე გამოყენებადი მანიპულაციური მექანიზმია, მნიშვნელოვანია ცრუ-პოზიტიური მანიპულაციის დიფერენცირება პროპაგანდისგან. პროპაგანდა, როგორც წესი, ცდილობს კონკრეტული იდეოლოგიის ან პოლიტიკური დღის წესრიგის პოპულარიზაციას სისტემატური, ხშირად აგრესიული, შეტყობინებების საშუალებით, რომლებიც შექმნილია აუდიტორიის დარწმუნებისა და გაერთიანების მიზნით, კონკრეტული თვალსაზრისის ან მოქმედების ირგვლივ (Jowett & O'Donnell, 2019). ამის საპირისპიროდ, ცრუ-პოზიტიური მანიპულაციები სულაც არ არის შექმნილი იმისთვის, რომ გარდაქმნას ან დაარწმუნოს მკითხველი. ის გამოიყენება იმისთვის, რომ გამოიწვიოს რეაქციის პროვოცირება გაურკვევლობის ან იმპლიკაციის გზით, ხშირად აშკარა შეტყობინებების ან იდეოლოგიური თანხვედრის გარეშე.

იმპლიკაციის ნათელი მაგალითია უცხოეთის ნეგატიური ამბების გვერდით საბჭოთა პოზიტივის გამოქვეყნება. ამ ნაწილში, ნათლად ხდება არა პროპაგანდირება, არამედ იმ ერთი პოზიტიური ამბით მანიპულაცია, რომელიც გრძელვადიან პერსპექტივაში ცრუ-პოზიტიურ ეფექტს იწვევს.

- **პუბლიკაციების განლაგება, როგორც კონტექსტის შექმნის და ფსევდო-პოზიტივით მანიპულაციის მთავარი მექანიზმი**

ორივე გაზეთის შემთხვევაში ყურადღებას იქცევს ამბების სტრატეგიული განლაგება. გაზეთებში საერთაშორისო ბლოკის თითქმის ყველა გვერდზე განლაგებულია რამდენიმე „ადგილობრივი“ (საბჭოთა კავშირის არეალი) ინფორმაცია, რომლებიც გამოირჩევა ზედმეტად პოზიტიური რიტორიკით.

მაგალითად, „კომუნისტის“ 140-ე ნომერში მე-2 და მე-3 გვერდებზე გვერდიგვერდ შემდეგი სათაურები გვხვდება:

- „ჩვენი იდეალური ცხოვრება“;
- „სემინარი ათეისტური აღზრდის საკითხებზე“;
- „ტრიბუნაზე არიან მეცნიერ-მუშაკები“;
- „ჰიდროგეოლოგია სოფლის მეურნეობის სამსახურში“;
- „რეპრესიები ბრიტანეთის გვიანაში“;
- „ცუდი დღე დაადგა ბატლერს“;
- „მიწისძვრა იაპონიაში“;
- „ვულკანი ეტანა კვლავ ამოქმედდა“;
- „გამანადგურებელი ძალის ციკლონი“;
- „მოიპოვეს ბრინჯაოს მედლები (საბჭოეთი)“;
- „მთავარია მშვიდობა“.

ამკარაა, რომ, „უცხოეთში“ მიმდინარე „კატასტროფული“ ამბების ფონზე, საბჭოთა რეალობა „გამოკვეთილად“ პოზიტიური ჩანს. ამბების განაწილების ეს სტრატეგია არის კონტექსტის შექმნის და გონებაში (სამომავლოდ) სუბლიმინალური მეხსიერების გააქტიურების სტრატეგია. აქვე, ეს არის იმპლიკაციის საუკეთესო მაგალითი - ორი პუბლიკაციისგან ლოგიკური ჯაჭვის მეშვეობით წარმოქმნილი კონტექსტი. შესაძლებელია მკითხველმა ცალ-ცალკე თითქოს უწყინარი ამბები წაიკითხოს მაგრამ, შედარების შემთხვევაში, ამკარაა კეთილდღეობაში მყოფი „საბჭოეთი“, რაც პირდაპირ გადის ფსევდო-პოზიტივით მანიპულაციაზე. აბსოლუტურად იდენტური სტრატეგიაა გამოყენებული „სოვეტაკან ჰაიასტანში“. ხოლო, აღნიშნული ტაქტიკა დაიკვირვება გაზეთის საერთაშორისო ბლოკის ყველა გვერდზე. მაგალითად, ერთ გვერდზეა განლაგებული:

- „კეთილი იყოს შენი მობრძანება კეთილო ნათესავო“;
- „სოფლის მოსახლეობის წინააღმდეგ იარაღი გამოიყენეს (მონტევიდეო)“;
- „ფიზიკოსების ახალი სკოლა არაგაწოტნის პროვინციაში“;
- „კატასტროფული ცუნამი (ნიუ-იორკი)“;
- „ვულკანი იტალიაში“;
- „მიწისძვრა ტანზანიაში“.

შემდეგი ორი სათაური „კეთილი იყოს შენი მობრძანება კეთილო ნათესავო“ და „სოფლის მოსახლეობის წინააღმდეგ იარაღი გამოიყენეს (მონტევიდეო)“ გამოტანილია გვერდიგვერდ (დანართი N69), რაც კონტრასტს ქმნის მშვიდობასა და ომის, ძალადობასა და მეგობრობას შორის. აღნიშნული რეალურად არის ერთ-ერთი მექანიზმი, რომელიც კვლევის შედეგად, პირველივე ეტაპზე, შეგვიძლია დავასახელოთ.

მეცნიერების კვლევები აჩვენებს მიზეზშედეგობრივ კავშირს პოზიტიური ამბების კითხვასა და დადებით განწყობას შორის (Lambert et al, 2012). ზუსტად ამ კონტექსტში ერგება ჩვენს კვლევას ჰიპოდერმიული ნემსის თეორიაც: მუდმივად ცრუ-პოზიტიური ამბების ინიექციით საზოგადოებაში მცირდება კრიტიკული აზროვნების ხარისხი, რამაც შესაძლოა გრძელვადიან პერსპექტივაში ნეგატიური შედეგი იქონიოს ქვეყანაში დემოკრატიზაციის პროცესებზე. აღნიშნულ მოსაზრებას, რომელიც ერთ-ერთ მიგნებად მიგვაჩნია განვიხილავთ სიღრმისეულ ინტერვიუშიც.

ცხადია, იდენტურად შეიძლება ვისაუბროთ ნეგატიური ინფორმაციის მიმართულებითაც, რადგან მუდმივად მსგავსი ნარატივის გავრცელება საზოგადოებაში საკვანძო მიმართულებით არასწორი აზრის ჩამოყალიბებას იწვევს. ჩვენს შემთხვევაში ეს არის დასავლეთის და ევროპის დემონიზაცია.

• ფსევდო-პოზიტიური ინფორმაცია საქართველოსა და სომხეთში

საინტერესოა ორივე ქვეყნის გაზეთებში პუბლიკაციების შედარებაც. მაგალითად, დავაკვირდეთ 1964 წლის იანვრის ნომრებში გამოქვეყნებულ მსგავსი რიტორიკის მქონე სათაურებს ორივე ქვეყანაში.

18) ცხრილი N11: სათაურები ქვეყნების მიხედვით

სათაურები	
საქართველოს მიმართულებით	სომხეთის მიმართულებით
1964	
<ul style="list-style-type: none"> • შრომითი საჩუქრები სოფელს (იგულისხმება ქართული სოფელი) • აღვაფრთოვანოთ სოფლის მშრომელები ქიმიზაციის იდეებითა და პროგრამით 	<ul style="list-style-type: none"> • მდიდარია ჩვენი სოფლების ყოველდღიურობა (აბარანი, სომხეთი) • მღრღნელების საწინააღმდეგო სომხური ქიმიკატები

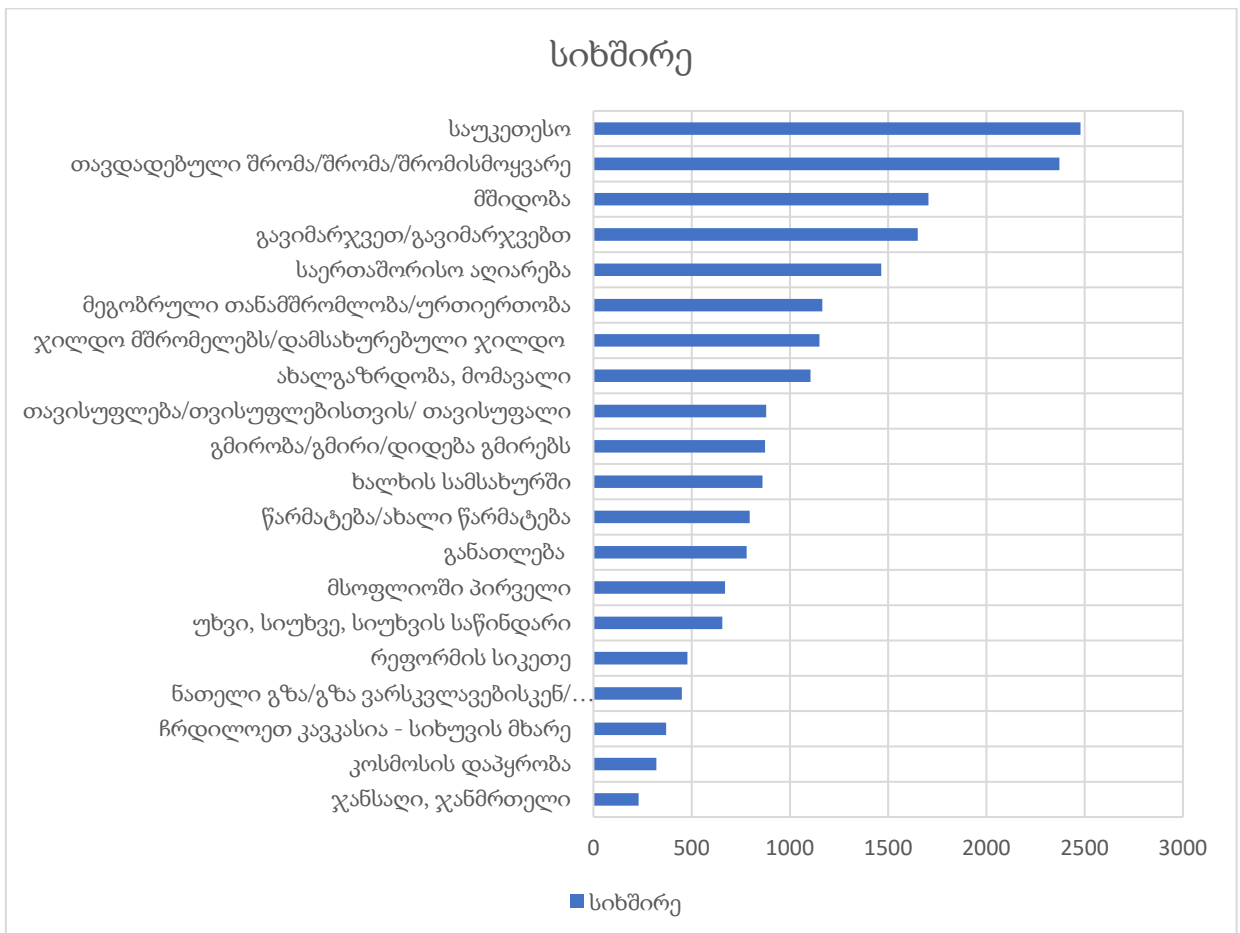
<ul style="list-style-type: none"> • დიადი ქიმიის ლალი ფრთები 	<ul style="list-style-type: none"> • სომხური ენერჯის საწვავების ბალანსი (იგულისხმება სომხეთში ქიმიური წარმატება)
<ul style="list-style-type: none"> • ქართული პლაკატის წარმატება 	<ul style="list-style-type: none"> • ტექნოლოგიური განვითარება ქვეყნის განვითარებისთვის
<ul style="list-style-type: none"> • ღირსეული შეხვედრა საქართველოს კომპარტის XXII ყრილობას! 	<ul style="list-style-type: none"> • სომხეთი ლენინელების კომპარტის XXII ყრილობაზე ღირსეულად წარსდგა!
<ul style="list-style-type: none"> • ვეშაპი გიგანტი ბათუმის მუზეუმში 	<ul style="list-style-type: none"> • კიროვის სახელობის საწარმოს კოლოსალური შრომა და წარმატებები

აღნიშნული სათაურები პარალელურად ქვეყნდებოდა ორივე ქვეყნის პრესაში ერთსა და იმავე დროს. თუ დავაკვირდებით, თვალსაჩინო გახდება, რომ რიტორიკა იდენტურია. მაგალითად, ქართულ „კომუნისტში“ ვკითხულობთ სათაურს - „ღირსეული შეხვედრა საქართველოს კომპარტის XXII ყრილობას!“, ამავე ნომრის სომხურ ვერსიაში გვხვდება - „სომხეთი ლენინელების კომპარტის XXII ყრილობაზე ღირსეულად წარსდგა!“. ამ შემთხვევაში, ფაქტობრივად, ორივე ქვეყნის მოსახლეობას ვაჯერებთ, რომ ქვეყნები XXII ყრილობაზე „ღირსეულად“ წარდგნენ. აბსოლუტურად იდენტური ხდება დანარჩენ შემთხვევებშიც. მაგალითად, თუ ქიმიის მიმართულებითაა წარმატება - ორივე ქვეყნის მედიაში აღინიშნება, სოფლის მეურნეობაც ორივეგან იდენტურად „ყვავის“. რა თქმა უნდა, რთულია დადგინდეს ეს სიმართლეა თუ არა, მაგრამ აბსოლუტურად იდენტური სიტყვებით წერა იწვევს ეჭვს, რომ მედიის დღის წესრიგი ხელოვნურადაა შექმნილი და მედიასაშუალებები ერთსა და იმავე თემებზე აპელირებით ასრულებენ სკკპ ცკ-ს დაკვეთას - აჩვენონ საბჭოთა მუშის, გლეხის და ინტელიგენციის პოზიტიური იმიჯი. ცრუ-პოზიტივით მანიპულაციის კომპლექსურობის დემონსტრაციისთვის კი შეგვიძლია გავანალიზოთ საბჭოეთის მისამართით გამოყენებული პოზიტიური ფრაზები. დომინანტი ნარატივების და დისკურსის ანალიზისთვის დავთვალეთ კონკრეტული ფრაზების სიხშირე შერჩეული წლების ყოველი მეათე გაზეთის შემთხვევაში (n=184). ეს უკანასკნელი საშუალებას გვაძლევს მარტივად შევადაროთ თანამედროვე ნარატივებს და გამოვანალიზოთ მანიპულაციური მექანიზმების სრული პანო.

- **1962, 1964, 1969 წლები**

აშკარაა, რომ ფსევდო-პოზიტივით მანიპულაციის მთავარი ნარატივი (იხ. დიაგრამა N6), რაოდენობის მიხედვით, არის ყველა სფეროში „საუკეთესოს“ იმიჯის შექმნა (n=2479), შესაბამისად ხდება ე. წ. იდეალის ან/და იდეალისტური გარემოს ჩამოყალიბება, რომელიც ზუსტად ისეთივე მანიპულაციაა, როგორც მტრის ხატის შექმნა და დემონიზაციაა. შემდეგი არის მოჩვენებითი „თავისუფლების“ (n=2371) იდეის პოპულარიზაცია. მესამე კი „მშვიდობის“ და „მშვიდობიანი სახელმწიფოს კონცეფციის“ (n=1705) და მასთან თითქმის თანაბარი (n=1650) „გამარჯვების“ იდეა, რომელიც კავშირშია შიშით მანიპულაციის ფენომენტთან - თუ მშვიდობაა, მაშინ ომი არ განიხილება. ისევ ფსევდო-პოზიტივით მანიპულაციის თუ დავუბრუნდებით, იმპლიკაციის ქრილში დავინახავთ, რომ უცხოეთის დემონიზაციის პარალელურად, საბჭოეთი გმირის ხატს იქმნის; დასავლეთსა და ნატო-ში მიმდინარე „ომს“ უპასუხებს „მშვიდობით“; დასავლეთის „წაგებას“ - „გამარჯვებით“; „მუდმივ აჯანყებებს“ - „შრომით“; „მონობას, რასიზმს“ კი - „თავისუფლებით“.

19) დიაგრამა N6: პოზიტიური ფრაზების სიხშირე



შენიშვნა: ყველა ფრაზა გაზეთში მოხსენიებულია საბჭოეთთან მიმართებით პოზიტიურ კონტექსტში.

შეჯამებისთვის შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საბჭოთა მანიპულაციური მექანიზმები და ტაქტიკა პარალელურად რამდენიმე მიმართულებით ვითარდებოდა, იყო საკმაოდ კომპლექსური და მომავალზე გათვლილი. გარდა ზედაპირული ზრახვებისა, თითოეული ტაქტიკის გრძელვადიან პერსპექტივაში სისტემაში ჩაბმა იწვევს მნიშვნელოვან პოლიტიკურ ძვრებს, მეზობლებს შორის გაუგებრობას და კონფლიქტის გაღვივებას, ნაციონალიზმის გრძნობის შემცირებას და, რაც ყველაზე მთავარია, მოდუნებული, კმაყოფილი და პასიური საზოგადოებით დემოკრატიზაციის პროცესის შეფერხებას.

4.3 რიტორიკული/დარწმუნების ტაქტიკა და ლოგიკური სიცრუე, როგორც მანიპულაცია

რაოდენობრივმა და თვისებრივმა კონტენტ-ანალიზმა გვიჩვენა, რომ, გარდა ფსიქოლოგიური მანიპულაციებისა, საბჭოთა გაზეთების ტექსტები გაჯერებულია დარწმუნების იგივე არგუმენტაციის ტაქტიკებით. მიუხედავად იმისა, რომ უკვე 1964 წლიდან გვხვდება შეფარული რიტორიკული სიცრუეები ტექსტებში, მათი აქტიურად გამოყენება მაინც 1969 წლიდან იწყება. ეს უკანასკნელი, კიდევ ერთხელ ადასტურებს მანიპულაციების დინამიურობას.

რიტორიკული ტაქტიკისა და ლოგიკური სიცრუის გამოყენება ხშირად ასოცირდება მანიპულირების ტექნიკასთან როგორც ინტერპერსონალურ, ისე საჯარო დისკურსში. ეს ტექნიკა ხშირად მიზნად ისახავს ზეგავლენას, შეცდომაში შეყვანას ან კონტროლს აუდიტორიის აღქმაზე ან რწმენაზე (Walton, 1999). მეცნიერებმა დიდი ხანია გამოიკვლიეს ამ ტაქტიკის შედეგები და ვარაუდობენ, რომ მიუხედავად იმისა, რომ მათ შეუძლიათ გააძლიერონ დამაჯერებელი მეტყველება, მათმა მანიპულაციურმა გამოყენებამ შეიძლება დააკნინოს ნდობის ხარისხი (Tindale, 2007).

რიტორიკული ან დარწმუნების ტაქტიკა, რომელიც მოიცავს ემოციური ენის გამოყენებას, ავტორიტეტისადმი მიმართვას და გამეორებას, ხშირად გამოიყენება აუდიტორიის დასარწმუნებლად, აუცილებელი მტკიცებულებების გარეშე (Perloff, 2010). მაგალითად, ემოციებზე აპელირებამ შეიძლება გამოიწვიოს სიმპათია ან შიში, აზრების გაორება, რაციონალური ანალიზის გვერდის ავლით (Benoit, 2001). ასეთ

შემთხვევებში, „მთხრობელს“ შეუძლია დაამახინჯოს მკითხველის აღქმა კონკრეტული ემოციური მანიპულაციით და არა ობიექტური გამოკვლევის წახალისებით (O'Keefe, 2016). ამ ტიპის დამოკიდებულებამ შეიძლება გამოიწვიოს ის, რასაც ზოგიერთი მეცნიერი მოიხსენიებს, როგორც „ფსიქოლოგიურ მანიპულაციას“, სადაც მომხსენებლები, ჩვენს შემთხვევაში მედია, იყენებენ ფსიქოლოგიურ დაუცველობას, რათა მიაღწიოს სასურველ შედეგს (Simons & Jones, 2011).

დარწმუნების ტაქტიკა (Persuasion) მსჯელობაში შეიძლება იყოს მანიპულირების მძლავრი იარაღი, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც აუდიტორიამ არ იცის მათი გამოყენების შესახებ (Van Eemeren & Grootendorst, 2004). ჩვეულებრივი სიცრუეები, როგორიცაა „ad hominem“ (მოწინააღმდეგეზე თავდასხმა და არა მათ არგუმენტზე) და ცრუ დილემა (მხოლოდ ორი ვარიანტის წარმოდგენა, როდესაც სხვა არსებობს) ხშირად გამოიყენება აღქმების დამახინჯების, დისკურსის შეზღუდვისა და ოპოზიციის დისკრედიტაციისთვის (Walton, 1999). ამ ტექნიკას შეუძლია დახვეწილად გააკონტროლოს დისკუსიები აუდიტორიის მიმართ კონკრეტული დასკვნებისკენ, ხშირად რეალობის არასწორი წარმოდგენით ან რთული საკითხების ზედმეტად გამარტივებით (Barker, 2017). სიცრუეები, როგორიცაა “strawman” არგუმენტები (მოწინააღმდეგის პოზიციის არასწორად წარმოდგენა, რათა გაადვილდეს თავდასხმა) განსაკუთრებით ეფექტურია საუბრების გადამისამართებაში, ფოკუსის მანიპულირებისთვის, ყურადღების გადატანისთვის და საპირისპირო შეხედულებების უფრო სუსტად წარმოჩენაში (Tindale, 2007).

რიტორიკული სატყუარების და ლოგიკური სიცრუის მიზანმიმართული გამოყენება მიგვანიშნებს ზემოქმედების გათვლილ მცდელობაზე და არა ინფორმირებაზე. მეცნიერები ხაზს უსვამენ განსხვავებას დარწმუნებასა და მანიპულაციას შორის და აღნიშნავენ, რომ მაშინ, როცა დარწმუნება გულისხმობს ინდივიდების დასკვნამდე მიყვანას მტკიცებულებების საშუალებით, მანიპულირება გულისხმობს სატყუარას გამოყენებას რწმენებზე ან ქცევებზე ზემოქმედებისთვის (O'Keefe, 2016). მანიპულაციური ტაქტიკა ზოგადად მიღებულია არა კრიტიკული აზროვნების გასაძლიერებლად, არამედ ნარატივის გასაკონტროლებლად, აზრის გადასატანად და კონტროლისთვის (Pratkanis & Aronson, 2001).

მედიასა და საჯარო დისკურსში მანიპულაციური ტექნიკის გავრცელებამ გამოიწვია მკვლევრების შეშფოთება დემოკრატიულ ჩართულობასა და საზოგადოების ნდობაზე მათი გავლენის შესახებ. რიტორიკული მანიპულაციისა და ლოგიკური სიცრუის გამოყენებამ შეიძლება დაარღვიოს ნდობა ინსტიტუტების მიმართ, ხელი შეუწყოს პოლარიზაციას და გამოიწვიოს არასწორად ინფორმირებული საზოგადოება (Perloff, 2010). კვლევები ვარაუდობენ, რომ მანიპულაციური ტაქტიკის ზემოქმედება ხშირად ტოვებს აუდიტორიას დაუძღვრებულ და სკეპტიკურად განცდას, რადგან ისინი აღიარებენ კონტროლის მცდელობებს და არა ინფორმირებას (Barker, 2017). ეს უფრო ფართო გავლენას ახდენს საზოგადოების ერთიანობაზე, რადგან ინდივიდები შეიძლება გახდნენ უფრო თავდაცვითი და მდგრადი საპირისპირო შეხედულებების მიმართ, რაც საბოლოოდ აფერხებს კონსტრუქციულ დებატებს (Walton, 1999).

ჩვენი კვლევის შედეგად, კლასიკური მანიპულაციების კვალდაკვალ დაიკვირვება შემდეგი მექანიზმები, რომლის საფუძველიც რიტორიკულ ტაქტიკებს უკავშირდება:

- **ყურადღების გადატანა:** ისეთი ტექნიკა, როგორცაა **whataboutism** - **დიახ, მაგრამ...**, **red herring** - **სატყუარა (Glosbe)** და **ad hominem** : არგუმენტი, რომელიც ოპონენტის ემოციურ მხარეს ეყრდნობა (დიდი ინგლისურ-ქართული ონლაინ ლექსიკონი), ყურადღება გადააქვს ერთი საკითხიდან მეორეზე. საუბრის სხვა მიმართულებით წარმართვით, ავტორი თავს არიდებს კრიტიკას ან რთულ კითხვებს, მანიპულირებს აუდიტორიის ფოკუსით.
- **დამახინჯება: Strowman** - **საფრთხობელა** არგუმენტები და **false equivalence** - **ცრუ ეკვივალენტობა** ის ტაქტიკებია, რომლებიც ასუსტებს საპირისპირო შეხედულებას. დამატებით, ცრუ ეკვივალენტობა ქმნის ხელოვნურ თანასწორობას, რაც ხშირად რეალური არგუმენტის დისკრედიტაციას იწვევს.
- **ემოციური მანიპულაციები:** ისეთი ტაქტიკა, როგორცაა ემოციური მიმართვა ან **slippery slope** - „მოლიპული ფერდობი“, აპელირებს შიშზე, თანაგრძნობაზე ან აღშფოთებაზე ლოგიკური მსჯელობის გვერდის ავლით. მსგავსი ტექნიკა აიძულებს ადამიანებს, რეაგირება მოახდინონ გრძნობებზე და არა ფაქტებზე.
- **რეალობის ცრუ აღქმა:** ცრუ დილემები და გაურკვეველობა წარმოადგენს

ზედმეტად გამარტივებულ ან შეცდომაში შემყვან არჩევანს, ავიწროებს აღქმული ვარიანტების დიაპაზონს. ეს მანიპულირებს, თუ როგორ ფიქრობენ ადამიანები კომპლექსურ საკითხებზე, აიძულებს მათ დაიჯერონ, რომ არსებობს მხოლოდ ორი შესაძლებლობა ან სიტყვის მატყუარას გამოყენებით.

- **ნდობის შელახვა: appeal to hypocrisy - თვალთმაქცობაზე აპელირება და tu quoque (Glosbe) (შენც, ბრუტუს?).** პირი, რომელიც იყენებს ამ ტაქტიკას, ადანაშაულებს მეორე მხარეს იმავე ან მსგავს დანაშაულში, რაც აჩენს აზრს, რომ კრიტიკა არასწორი და არასამართლიანია. ეს ტაქტიკა ხშირად მანიპულაციურია, რადგან, ყურადღების გადატანასთან ერთად, ეს უკანასკნელი იმიჯის შელახვასაც ემსახურება. ამავე დროს, appeal to hypocrisy - ეს არის ტაქტიკა, როდესაც ადამიანი ცდილობს მოწინააღმდეგის არგუმენტის დისკრედიტაციას მის მიერ წარსულში ჩადენილ ქმედებებზე აპელირებით. ეს ტაქტიკა ყურადღებას ამახვილებს მოწინააღმდეგის თვალთმაქცობაზე და ლახავს მის იმიჯს.

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ რიტორიკული ტაქტიკა და ლოგიკური სიცრუე ცენტრალურია საბჭოთა პრესაში მანიპულაციის ტექნიკისთვის, რომელიც მიზნად ისახავს დისკურსის გაკონტროლებას და რწმენებზე გავლენის მოხდენას. მიუხედავად იმისა, რომ დამაჯერებელი რიტორიკა და არგუმენტაცია აუცილებელია კომუნიკაციისთვის, ამ ტაქტიკის მანიპულაციური გამოყენება გამიზნულია არა ურთიერთგაგების, არამედ კონტროლისთვის. როგორც ჩვენ მიერ შესწავლილი ლიტერატურა ცხადყოფს, ამ ტექნიკის გაგება, გააზრება და იდენტიფიცირება დაგვეხმარება მეტად ინფორმირებული და კრიტიკული აუდიტორიის ჩამოყალიბებაში, რაც საბოლოოდ ხელს შეუწყობს ჯანსაღ დისკურსს და მედიაგარემოს, რომელიც მდგრადი დემოკრატიის საფუძველია. ამავდროულად, კვლევამ აჩენა ქართულენოვანი ლიტერატურის და ტერმინების ნაკლებობა მანიპულაციების კლასიფიკაციის, დახარისხების და კვლევის მიმართულებით. ზუსტად ამ მიზნით საჭიროა მანიპულატორების ტრანსფორმაციის ჩვენება თანამედროვეობაში, რათა შეიქმნას მანიპულაციური ტექსტის ტაქსონომიის სქემა, რომელიც ახალი ქართული რესურსია ამ მიმართულებით კვლევების გასაძლიერებლად.

თავი V: ციფრული ეპოქა - ძირითადი შედეგები

თანამედროვე სოციალური მედიის მანიპულაციური მექანიზმების დასადგენად მეორე ეტაპის (2020 წლიდან 2023 წლამდე) ემპირიული კვლევისთვის შეირჩა საქართველოსა და სომხეთში ცნობილი პრორუსული და ანტიდასავლური ონლაინ მედია: Iravunk.com და geworld.ge, სადაც თარიღობრივი ბიჯის გარდა (საბჭოთა პრესის მსგავსად თვეში 5 მასალა), „CrowdTangle“ პროგრამის გამოყენებით, ყველაზე ნახვადი პუბლიკაციები ავარჩიეთ. მიგვაჩნია, რომ აღნიშნულ გვერდებზე მანიპულაციების შესწავლა მეტად მკაფიოდ გვაჩვენებს უცხო ქვეყნების მიერ ადგილობრივ ინფორმაციულ სივრცეში ჩარევის მეთოდებს და შესაბამის ნარატივებს. აღნიშნული მიდგომა საშუალებას მოგვცემს, მანიპულაციის მექანიზმები შევადაროთ წარსულში გამოყენებულ მექანიზმებს და გავიგოთ, არსებობს თუ არა ცვლილება მესამე ძალის მანიპულაციურ ტაქტიკასთან მიმართებით.

ნიშანდობლივია, რომ აღნიშნული საკვლევი პერიოდი 3 კრიზისულ წერტილს მოიცავს: კოვიდ-პანდემია, რომელიც ორივე ქვეყანაში დაფიქსირდა, სომხეთ-აზერბაიჯანის 44-დღიანი ომი, რომლის დროსაც გამოიკვეთა ჰიბრიდული ომის ელემენტები და რუსეთ-უკრაინის ომი, რომელმაც საქართველოსა და სომხეთში აქტიური საინფორმაციო ნაკადი გამოიწვია. საერთო ჯამში, თითოეული ვებ-გვედიდან მოკვლეულ იქნა 200 პუბლიკაცია (ჯამში $n=400$), დასაკვირვებლად კი შეირჩა 150 (დანართები N80 და N81) ერთეული თითოეულისთვის. ამ პუბლიკაციების ანალიზის შემდეგ გამოიკვეთა, რომ საკვლევი პერიოდში ქართულ და სომხურ სოციალურ მედიაში მანიპულატორები ძირითადად 4 მიმართულებით გვხვდება: პრორუსული, ანტიდასავლური/ანტილიბერალური, ანტიამერიკული, ანტიუკრაინული, ანტიქართული/ანტისომხური (ქვეყნის მიხედვით), რომელიც კონტექსტში მაინც პრორუსულს წარმოადგენს და სხვ.;

5.1 საქართველო: 2020-2023

მთავარი სუბიექტების მიხედვით პუბლიკაციების დალაგებამ მოგვცა საშუალება, ნათლად დაგვენახა თუ რომელი მიმართულება დომინირებს ქვეყნების მიხედვით. ციფრები ცხადყოფს, რომ საქართველოს შემთხვევაში ანტიამერიკული ($n=39$), ანტიდასავლური ($n=36$) და პრორუსული ($n=35$) მიმართულებით პუბლიკაციების რაოდენობა მეტია (იხ, ცხრილი N12).

20) ცხრილი N12: პუბლიკაციის რაოდენობა მიმართულების მიხედვით (საქართველო)

მიმართულება/სუბიექტი	რაოდენობა
ანტიამერიკული	40
ანტიევროპული/ანტილიბერალური	34
პრორუსული	35
ანტიუკრაინული	23
ანტიქართული	13
სხვ.	4

შენიშვნა: იქიდან გამომდინარე, რომ ტერმინი „ანტიდასავლური“ მოიცავს როგორც ამერიკას მთლიანობაში, ასევე ევროპულ ქვეყნებს, კვლევაში ზუსტი გაყოფისა და თითოეულის ნარატივის გაგებისთვის ვიყენებთ ანტიევროპულს და ანტიამერიკულს.

პუბლიკაციების მთავარი სუბიექტების/მიმართულებების გაგება გვიმარტივებს მანიპულაციების მექანიზმებისა და ტიპოლოგიის დადგენას. აშკარაა, თუ კონკრეტული სუბიექტის მიმართ ანტიკამპანია მიმდინარეობს, ძირითადი მანიპულაციები იქნება დემონიზაცია და რიტორიკული მიდგომები whataboutism - დიახ, მაგრამ..., red herring - სატყუარა და ad hominem და სხვ.

მარტივი კონტენტ-ანალიზით ვხვდებით, რომ მანიპულაციური პუბლიკაციების შინაარსი იმალება სათაურებში და იმ მთავარ ფოტოში, რომლებიც ერთიანად არის წარმოდგენილი. ამიტომ, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თითოეული სათაურის ანალიზი და მათი დახარისხება მანიპულაციების შესაბამისად.

ანტიამერიკული (n=40)

საკვლევ პერიოდში ანტიამერიკული ნარატივები ძირითადად პროეცირების მცდელობაა, სადაც რუსულ-უკრაინული ომი, ამ უკანასკნელს ბრალდება

დემონიზაცია/იმიჯის შელახვა (n=35)

- “მაკრონი: ნატო აღარ სჭირდება მსოფლიოს!”;
- “შვეიცარიაში 16 ადამიანი გარდაიცვალა ვაქცინაციის შემდეგ”

(იგულისხმება ამერიკული ვაქცინა);

- „ფრანგი ანალიტიკოსი: ევროკავშირი მილიარდებს ხარჯავს მავნე და უეფექტო ამერიკულ ვაქცინაზე“;
- „ჩინელები ჯანმოსგან აშშ-ის ბიოლაბორატორიის შემოწმებას მოითხოვენ“;
- „მშვიდობისმოყვარე“ აშშ-ის **სამხედრო ბიუჯეტმა 778 მლრდ დოლარს** მიაღწია“;
- „აშშ ბირთვული აპოკალიფსისკენ მიგვაქანებს“
- „დასავლეთი კიევის რეჟიმს უკანასკნელ უკრაინელამდე აომებს“
- „ირანის პრეზიდენტი: **უკრაინელი ხალხი აშშ-ის დამღუპველი პოლიტიკის მსხვერპლია**“

შენიშვნა: ყველა სათაურის ხილვა და ბმულების გადამოწმება შესაძლებელია ორივე ქვეყნისთვის ცალკე მომზადებულ დოკუმენტებში, რომლებიც მასშტაბის და 300 ბმულის პლაგიატის რისკის გამო ძირითად ტექსტში ვერ მოხვდა.

ჩვენს მიერ შესწავლილი პუბლიკაციები ცხადყოფს, რომ საკვლევ პერიოდში აშშ-ის მიმართულებით ყველაზე ხშირად გამოიყენება: დემონიზაცია (n=32), სტერეოტიპირება, რომელიც ღირებულებებით მანიპულაციაზე გადის (n=6) და შიშის გაღვივება ეკონომიკური მიმართულებით (n=3). ნარატივი კი კრიზისის და დროის მიხედვით იცვლება. მაგალითად, კოვიდპანდემიის დროს აშშ წარმოდგენილია როგორც: „პანდემიაში დამნაშავე“, „უშედეგო ვაქცინის გამომგონებელი“, „მონაცემების გამყალბებელი“ და სხვ.

ხშირია ასევე სახელმწიფოს ლიდერის, ჯო ბაიდენის და მისი ოჯახის წევრების იმიჯის შელახვის ტენდენცია: “ბაიდენმა ძაღლთან თამაშისას **ფეხი მოიტეხა**”, “ბაიდენი **სამჯერ დაეცა** პრეზიდენტის თვითმფრინავის ტრაპზე“, „ბაიდენის **შვილმა უკრაინისთვის** მოპარული ფული **ნარკოტიკებში დახარჯა**“. იგივე ტაქტიკა გამოიყენება სხვა სამთავრობო პირებთან მიმართებით: “**პოლონეთში აშშ-ის ელჩის პერსონა ნონ გრატად** გამოცხადებას მოითხოვენ. **ქართველებს პოლონელებამდე ბევრი გვიკლია**”, “**ამერიკელი სენატორი მოპარული ფულით განქორწინდა, შემდეგ კი დაქორწინდა**”.

რუსეთ-უკრაინის ომის პერიოდში კი მთავარი ნარატივი ომში აშშ-ის დადანაშაულებაა, რაც რეალურად ორივე მხარეზე მოქმედებს, რადგან ეს ნიშნავს,

რომ ომი რუსეთს არ დაუწყია და ყველა ისარი უკრაინაზე გადადის. ეს უკანასკნელიც ორი მიმართულებით ვრცელდება: 2) აშშ, რომელმაც „პანდური კრა უკრაინას“ ანუ უღალატა და 1) აშშ, როგორც ომის წამქეზებელი მხარდამჭერი: “უკრაინაში საომარი მოქმედებების შეწყვეტით აშშ დაინტერესებული არ არის”; უკრაინელებმა რუსეთის სანავთობე პლატფორმას ამერიკელების კარნახით დაარტყეს; “დასავლელი (იგულისხმება აშშ და ევროპა) დაქირავებულები კუპიანსკში მშვიდობიან მოსახლეობას ხვრეტენ”; ირანის პრეზიდენტი: უკრაინელი ხალხი აშშ-ის დამღუპველი პოლიტიკის მსხვერპლია.

ქართული რეალობის გათვალისწინებით ემოციურ დონეზე საკმაოდ ეფექტიანი მანიპულაციებია ღირებულებებით და ტრადიციებით მანიპულაცია: „ტრანსგენდერ დამნაშავეთა განმეორებითი დანაშაულის ხაზგასმა“; რელიგიით მანიპულაცია („სატანის ტაძრების“ ხსენებით) და მერის მხრიდან აღდგომის დღესასწაულის „კრიმინალიზაცია“.

სტერეოტიპირება, ღირებულებებით მანიპულაცია (n=5)

ამ ნაწილში ხშირად იკვეთება ჰომოფობიური ნარატივების გავრცელების მცდელობა: ტრანსგენდერი წარმოდგენილია, როგორც სისტემატური დამნაშავე, შესაბამისად ხდება მათი სტერეოტიპირება შემდეგ მაგალითში - „აშშ-ში ქალთა ციხეში გადაყვანილმა პედოფილმა-ტრანსგენდერმა ახალი დანაშაული ჩაიდინა“. ხშირია რელიგიით მანიპულაციის მცდელობებიც სადაც ჩანს მთავარი პირების „დამოკიდებულება“ მთავარი დღესასწაულის მიმართ: „ამერიკელმა მოსამართლემ ეკლესიის სასარგებლო გადაწყვეტილება გამოიტანა, ხოლო რელიგიურ შეკრებაზე ქალაქის მერის აკრძალვას “აღდგომის დღესასწაულის კრიმინალიზაცია” უწოდა” ან „აშშ-ში “სატანის ტაძარმა” მხარი დაუჭირა უკრაინასა“;

საკვლევ პერიოდში ყველაზე ნაკლებად გვხვდება ამერიკასთან მიმართებით შიშის გაღვივება. ეკონომიკურ კრიზისზე მუდმივი მითითება ხშირად ემიგრანტებისთვისაა განკუთვნილი და იმ ძალებისთვის, რომლებსაც „ეიმედებათ“ ამერიკა. უკანასკნელი გარდა იმისა, რომ თავის თავში იმიჯის დაკნინების ელემენტს მოიცავს, ასევე გვაჩვენებს, რომ ქვეყანას უჭირს და სხვებს, მითუმეტეს, ვერ დაეხმარება.

შიშის გაღვივება/ეკონომიკური წნეხი

- 1) „აშშ-ის ბიუჯეტის დეფიციტმა 3 ტრილიონ დოლარს მიაღწია“;
- 2) „შოკური ვითარება აშშ-ის შრომის ბაზარზე“;
- 3) ენერგოსიმძლავრეების დეფიციტის გამო აშშ-ში საგანგებო ვითარება შემოიღეს.

საინტერესოა, რომ საქართველოს კონტექსტში შტატების მიმართებით შიშით მანიპულაცია ნაკლებად გამოიყენება, აქ მთავარი სამიზნე ღირებულებებით მანიპულაცია და მთავარი პირების დემონიზაციაა, ისევე, როგორც საბჭოთა პერიოდში, თუმცა მაშინ ომის შიშიც დომინირებდა.

თუმცა, ამ ეკონომიკური დაკნინების პარალელურად, გვხვდება ისეთი ამბები, როგორცაა: „მშვიდობისმოყვარე“ აშშ-ის სამხედრო ბიუჯეტმა 778 მლრდ დოლარს მიაღწია“. ამ შემთხვევაში კონტექსტის გათვალისწინებით ხდება შემდეგი აზრის ჩამოყალიბება - „ხალხისთვის და ქვეყნის განვითარებისთვის ბიუჯეტი არ არის, თუმცა საომრად სამხედრო და სამხედრო გაძლიერებისთვის თანხები არსებობს“. იქიდან გამომდინარე, რომ ინფორმაციები საკმაოდ ახლო დროის მონაკვეთშია განსაზღვრული, სავსებით შესაძლებელია, რომ მუდმივ მკითხველს კონტექსტით შესაბამისი მესიჯები მიაწოდოს ავტორმა. შესაბამისად, აქ უკვე გვხვდება კონტექსტით მანიპულაციის მცდელობები. თითქმის იდენტური მიდგომა ანტიევროპული პუბლიკაციების მიმართულებით

ანტიევროპული (n=34)

ანტიევროპული რიტორიკა და ნარატივები, ფაქტობრივად, ანტიამერიკულის იდენტურია და სამ ძირითად კატეგორიად იყოფა: დემონიზაცია/იმიჯის შელახვა (n=21), სტერეოტიპირება, რომელიც ღირებულებებით მანიპულაციაზე გადის (n=8) და შიშის გაღვივება ეკონომიკური მიმართულებით (n=5).

დემონიზაცია/იმიჯის შელახვა (n=21)

აშშ-ის მსგავსად ანტიევროპულ გზავნილებშიც დემონიზაციის და იმიჯის შელახვის მცდელობები ხველაზე ხშირია. გადავხედოთ რამდენიმე სათაურს:

- „ევროკავშირმა სლოვენია ბედის ანაბარა მიატოვა“
- „უკრაინელები პოლონეთში მუშაობაზე: ისე გვეპყრობიან, როგორც პირუტყვებს“

- „ვენესუელა ევროკავშირის ელჩს აძევენ“;
- „ჩეხეთში მოიმატა ევროკავშირის წევრობით გამოწვეულმა უკმაყოფილებამ“;
- „გერმანიის საიდუმლო მზადება ბირთვული ომისთვის“;
- „ევროკავშირში ბავშვებზე აღმამფოთებელი ექსპერიმენტი ჩაატარეს“;
- “ევროპას არ სჭირდება ახალი პრობლემები უკრაინის გამო”;
- “ევროკავშირის დღეები დათვლილია”;
- „ევროკავშირი უკრაინაზე კონტროლის დამყარებას ცდილობს“;

ძირითადი აქცენტი ევროკავშირის დაშლაზე და ევროკავშირიდან სხვადასხვა ქვეყნის გამოსვლაზეა გაკეთებული: „რა ნაწილებად შეიძლება დაიშალოს ევროკავშირი“, “ევროკავშირის დღეები დათვლილია”, “ბრიტანეთს შეიძლება სხვა ქვეყნებმაც მიბაძონ და ევროკავშირიდან გავიდნენ”; „ვენესუელა ევროკავშირის ელჩს აძევენ“; „ჩეხეთში მოიმატა ევროკავშირის წევრობით გამოწვეულმა უკმაყოფილებამ“. მსგავსი მოწოდებები აჩენს აზრს - „თუ ყველა გადის, ჩვენ რატომ მივისწრაფით იქ, სადაც ღირებულებები და ტრადიციებიც კი არ შეესაბამება ჩვენსას?“ - ამ უკანასკნელი აზრის გაძლიერებისთვის კი შემოდის სტერეოტიპირების ტენდენცია, რომელიც მკაფიო ლიბერალიზმზე გადის.

სტერეოტიპირება, ღირებულებებით მანიპულაცია (n=8)

აქაც შეიმჩნევა იგივე ტენდენცია ჰომოფობიის გაღვივების და ევროკავშირის სტერეოტიპირების მიმართულებით:

- „გიყვარს ევროპა - უნდა შეიყვარო ლგბტ-ც“;

აღნიშნული სათაური არის საქართველოში მოქმედი ძლიერი მეტა-ნარატივის ნაწილი, რომელსაც შემდეგ თავში გავაანალიზებთ. ამასთან, მსგავსი ღირებულებებით მანიპულაციის მცდელობები და გზავნილები არაერთხელ გვხვდება:

- “**“ლგბტ-სიამაყე”** დასავლეთს იქამდე მიიყვანს, რომ ვერავინ ვეღარ იამაყებს“;
- „შვეიცარიაში 63 წლის ღვთისმოსავი მასწავლებელი **ბიბლიის ციტირებისთვის 15,5 ათასი ევროთი დააჯარიმეს“;**
- „სრული სიმართლე გერმანიაში ცხოვრებაზე პირველი პირისგან:

გერმანიაში მცხოვრებმა ქალმა თავსმოხვეულ **ლგბტ-პროპაგანდაზე** ისაუბრა“;

- „ევროსასამართლომ ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოები **დაავალდებულა, რომ ოჯახად აღიარონ ერთი და იმავე სქესის პირები და მათი შვილები“.**

ამკარაა, რომ ანტიევროპულ გზავნილებში ჰომოფობიური გზავნილები და სტერეოტიპირების მცდელობა მეტად ინტენსიურია. რიტორიკა და ნარატივები ზუსტადაა გათვლილი მართლმადიდებელი საზოგადოებისთვის. სათაურებში თითოეული სიტყვა ასოციაციების შექმნის და აგრესიული განწყობების გამააქტიურებელი ღილაკია, რომელიც ქმნის, ამ ე.წ. ქოლგის ამ შემთხვევაში, ევროკავშირის განდევნის სურვილს, რაც აფერხებს ქვეყანაში აქტიურ დემოკრატიზაციას.

ევროკავშირისგან გარიყვის და „წარმავალი ძალის“ ჩვენებაც ერთგვარი სტრატეგიაა. ისტორიულად ცნობილია, რომ საქართველოს და სომხეთსაც სჭირდებათ მფარველი პარტნიორი. შესაბამისად, თუ ევროკავშირი არის: „**მატყუარა**“ და „**სლოვენია ბედის ანაზარა მიატოვა**“ ესე იგი ქვეყანა მას „ვერ დაეყრდნობა“. იგივე მიზეზით გვხვდება შიშის, ეჭვის გაღვივება და ეკონომიკური წნეხის ჩვენება.

ამავდროულად, ნაკლებად პოპულარულია გზავნილები ეკონომიკური პრობლემების მიმართულებით:

შიშის გაღვივება/ეკონომიკური წნეხი (n=5)

- „ბრიტანეთში ენერგომატარებლების **გაძვირებამ** პროდუქტების **დეფიციტი** გამოიწვია“
- „ემანუელ მაკრონი: ევროპას **სასურსათო კრიზისი** ემუქრება, აფრიკას _ შიმშილი“;
- „**ენერგეტიკული კრიზისის** გამო ევროკავშირში შეიძლება არეულობა დაიწყოს“ და სხვ.

ზოგადად, ენერგორესურსით მანიპულაციაში ყოველთვის უნდა ვიგულისხმოდეთ რუსეთი, რადგან ისაა მიმწოდებელი. მაგალითად, ამ პუბლიკაციის მანიპულაციური პასუხია: „**საფრანგეთის ენერგეტიკა რუსეთზე დამოკიდებული** აღმოჩნდა“. შესაბამისად, გაერთიანება, რომელიც თავად „კრიზისშია“ სხვას ვერ

დაეხმარება. მაგრამ, საპასუხოდ გვხვდება პრორუსული პროპაგანდა (150-დან 35 პუბლიკაცია) და მანიპულაციური მექანიზმები, რომელიც ერთგვარი პასუხია ანტიამერიკული და ანტიევროპული პუბლიკაციებისა.

პრორუსული (n=35)

თავად „პრორუსული“ უკვე ცხადყოფს იმას, რომ საქმე გვაქვს ფსევდო-პოზიტივით მანიპულაციას. ამ შემთხვევაში 150-დან 35 პუბლიკაციას პოზიტიური კონოტაცია აქვს რუსეთთან მიმართებით და ხაზს უსვამს, როგორც მის მნიშვნელობას ევროპაში, ასევე რუსეთის „სამშვიდობო ბუნებას“, სამეცნიერო წარმატებებს და გმირის ხატს.

- „რუსეთმა ორბიტული სადგურიდან დედამიწაზე ენერჯის გადაცემის სისტემა დააპატენტა“;
- „ევროკავშირმა იტალია ბედის ანაბარა მიაგდო. რუსეთმა დახმარების ხელი გაუწოდა“;
- „დონალდ ტრამპი – რუსეთმა გამოგვიგზავნა სამედიცინო აღჭურვილობა დიდი თვითმფრინავით, რაც ძალიან სასიამოვნო იყო“;
- „ვლადიმირ პუტინი ქართველ ვეტერანებს გამარჯვების დღეს ულოცავს და დახმარებას უგზავნის“;
- „უკვე მალე, რუსეთის სამხედრო მრეწველობა ახალ საოცარ მოიერიშე თვითმფრინავს გამოუშვებს“;
- “სპუტნიკ V”-ს უკვე მსოფლიოს 52 ქვეყანაში იყენებენ“;
- „მოლდოვამ დახმარება რუსეთს სთხოვა“;
- “რუსეთი დაიცავს ერთმორწმუნე მართლმადიდებლებს“;
- “აი რატომ უნდა ემადლიერებოდეს ნახევარი მსოფლიო რუსეთს!";
- „ქართველი ერის გადამრჩენი რუსეთი, „მოღალატე“ მეფე ერეკლე II და უმადური საქართველო“ და სხვ.

თვალსაჩინოა, რომ პრორუსული პუბლიკაციები (n=35) ძირითადად ერთი მიმართულებით და ნარატივით ვრცელდება - რუსეთი, როგორც მშვიდობის, გაერთიანების, გადამრჩენისა და სიძლიერის სიმბოლო. სინამდვილეში, აშშ-ის დემონიზაციის და მტრის ხატის შექმნის საპასუხოდ ხდება გმირის ხატის შექმნაც, რადგან ყველა ამბავში არის „დადებითი,, და „ნეგატიური“ პერსონაჟი.

ამავდროულად, გმირის იმიჯის შექმნა ევროპის ან ამერიკის დისკრედიტაციის ხარჯზე ხდება, მარტივი რიტორიკა ასეთ დროს შემდეგია: ევროპამ/აშშ-იმ ვერ გააკეთა, თუმცა რუსეთმა შეძლო. მაგალითად, „ევროკავშირმა იტალია ბედის ანაბარა მიაგდო. რუსეთმა დახმარების ხელი გაუწოდა“; „დონალდ ტრამპი – რუსეთმა გამოგვიზავნა სამედიცინო აღჭურვილობა დიდი თვითმფრინავით, რაც ძალიან სასიამოვნო იყო“.

აქტიურად ვაწყდებით ისეთ ფრაზებს, როგორცაა „რუსეთი ომებს არ იწყებს“, „ქალაქებს ათავისუფლებს“, „მშვიდობიან მოსახლეობას არ ხოცავს“, „ქართველი ერის გადამრჩენი“, „სამშვიდობო ხელშეკრულების გამფორმებელი“, „ფაშიზმის გამნადგურებელი“, „ქართველ ვეტერანებს მხარში მდგომი“ და სხვ.

განაალიზებული პუბლიკაციებიდან იკვეთება, რომ ციფრულ ეპოქაში, საქართველოს შემთხვევაში, რუსული პროპაგანდისტული მანქანის მთავარი მანიპულაციური მექანიზმებია „გმირის“ და „მტრის“ ხატების შექმნა. ბერნეისი ხშირად წერდა მანიპულაციის ამ მექანიზმზე და ამბობდა, რომ ინდივიდების ან ჯგუფების დემონიზაცია მანიპულირების ისეთი ძლიერი ტაქტიკაა, რომელიც გამოიყენებოდა ისტორიის განმავლობაში სხვადასხვა მიზნებისთვის (Edward Bernays, 1928). ამ ტაქტიკას ხშირად იყენებდნენ საბჭოთა პერიოდშიც, ეს ჩვენმა კვლევამაც დაადასტურა. ცნობილია, რომ ცივი ომის დროს საბჭოთა მედია რეგულარულად ასახავდა კაპიტალისტურ დასავლეთს, განსაკუთრებით შეერთებულ შტატებს, როგორც მტრულ და აგრესიულ ძალას, რომელიც ცდილობს, ძირი გამოუთხაროს საბჭოთა კავშირის მიღწევებს. დასავლეთის ქვეყნები გამოსახული იყო, როგორც იმპერიალისტური და მეომარი/აგრესორი, პარალელურად კი ხაზგასმული იყო კომუნიზმის ღირსებები.

შესაბამისად, თუ პრორუსულ მასალებს საბჭოთა წარსულში გამოქვეყნებულ პუბლიკაციებს შევადარებთ, აშკარა გახდება, რომ დღესაც იგივე მანიპულაციური მექანიზმები იკვეთება. მათ შორისაა ისტორიული კონტექსტით მანიპულაცია და შიშის დათესვა, რაც საქართველოს შემთხვევაში იკვეთება როგორც ანტიამერიკულ, ისე პრორუსულ პუბლიკაციებში: „ქართველი ერის გადამრჩენი რუსეთი...“ ან „სტალინი დიდ რუს ხალხთან ერთად“.

ნიშანდობლივია ირიბი მანიპულაციაც მართლმადიდებლური რელიგიით, რომელიც გათვლილია ქართველ მკითხველზე და მათ რელიგიურ ბმაზე: **“რუსეთი დაიცავს ერთმორწმუნე მართლმადიდებლებს”, „ომში რუსეთის მარცხი მართლმადიდებელი სამყაროს მარცხი იქნება“.**

აქტიურად გამოიყენება სამეზობლოს ხსენების ფენომენიც: **„თურქეთში რუსული ვაქცინა „სპუტნიკ V“-ს წარმოება დაიწყება“, “ჩვენ ერთად ვართ და ერთად დავამარცხებთ ნაციზმს!” - ერევანში რუსეთის მხარდამჭერი აქცია გაიმართა“.** აქ პრინციპი მარტივია - თუ სამეზობლო ერთ აზრზეა, მაშინ საქართველოც უნდა დაფიქრდეს.

გარდა მსგავსი მიმართულებით გმირის ხატის შექმნისა, საკმაოდ ხშირია ენერგორესურსით მანიპულირებაც. ცნობილია ისიც, რომ საქართველოს ენერგორესურსს რუსეთი აწვდის, შესაბამისად, მანიპულაცია, რომ **„რუსეთი ევროპას ენერგორესურსებს აღარ აწვდის“, „საფრანგეთის ენერგეტიკა რუსეთზე დამოკიდებული აღმოჩნდა“** - მიმართულია შიშის დათესვისკენ, რათა ამ მოვლენის გათვალისწინებით მიიღონ გადაწყვეტილებები სხვა ქვეყნებმაც. აქვე, ხშირია მუდმივად ეკონომიკურ დამოკიდებულებაზე გამოქვეყნებული ამბები: **„საქართველოში ფულადი გზავნილების მიხედვით კვლავ რუსეთი ლიდერობს“** - ეს პუბლიკაცია ბადეში თვეში რამდენჯერმე მეორდება.

დასკვნის სახით, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ კონტენტ-ანალიზმა გამოყო შემდეგი მანიპულაციური მექანიზმები: დემონიზაცია, შიშით მანიპულაცია, ანტი-დასავლური და ამ შემთხვევაში ანტიუკრაინული პროპაგანდა და გაზღაოთინგი.

ამ ნაწილში აშკარაა, რომ იშვიათად, მაგრამ მაინც გვხვდება **„წარსულის მიმართ გოდება“** საბჭოეთის ხსენებით.

- **„ჰენრი კისინჯერი: საბჭოთა ადამიანი ჩვენზე ერთი საფეხურით მაღლა იდგა“;**
- **„სტალინი დიდ რუს ხალხთან ერთად“;**
- **„სტალინის გზით უკრაინის დასაბრუნებლად“.**

შესაბამისად, ხშირია სუმბლიმინალური მეხსიერების გაღვიძების მცდელობები. **„საბჭოთა კავშირი“** პოსტსაბჭოთა ქვეყნების მოსახლეობის კონკრეტულ რიგებში დღემდე ასოცირდება განსაკუთრებულ პერიოდად, როდესაც ყველაფერი **„ძალიან კარგად“** იყო. შესაბამისად, ეს მუდმივი პრორუსული

ინფორმაციული ნაკადი ამ მიძინებული მეხსიერების გასაღვიძებლად არის შექმნილი. მეხსიერებით მანიპულაცია ან **სუბლიმინალური** მეხსიერება ამ შემთხვევაში კოლოსალურ როლს თამაშობს, რადგან ისეთი პატარა ქვეყნებისთვის, როგორებიც არიან სომხეთი და საქართველო, ისტორია და მასთან მჭიდრო კავშირში მყოფი მეხსიერება არის ქვეცნობიერის დონეზე კონტექსტის შექმნის მთავარი გამააქტიურებელი ღილაკი ანუ ე. წ. ტრიგერი.

ანტიუკრაინული (n=23)

რუსულ-უკრაინული ომის დროს, რომელიც ერთ-ერთ საკვლევ პერიოდს წარმოადგენს, გამოკვეთილი 23 ანტიუკრაინული პუბლიკაციის დისკურსის და კონტენტ-ანალიზით დადგინდა, რომ ანტიუკრაინული ნარატივები ძირითადად ორი მიმართულებით ვრცელდება:

I. უკრაინული მხარის (მათ შორის პრეზიდენტის) სუსტად წარმოჩენა - 12

პუბლიკაცია

- “უკრაინამ მომდევნო ზამთრამდე შეიძლება ვერ მიაღწიოს”;
- „უკრაინელი მსახიობი: ჩვენს ქვეყანაში ცხოვრება ჯოჯოხეთად იქცა“;
- „უკრაინის გათავისუფლება ზელენსკის ისტორიული გოდების ფონზე“;
- „უკრაინას ყველგან და ყველგან უარს ეუბნებიან“;

- “**იქ, უბრალოდ, ჯოჯოხეთია!**” - ზელენსკიმ დონბასში უკრაინის

შეიარაღებული ძალების განადგურებაზე ისაუბრა და რუსი სამხედროების უპირატესობა აღიარა“;

- „პოლონეთი დასავლეთ უკრაინის დასაპყრობად მოემზადა“;

ხშირად გვხვდება ისეთი ინფორმაცია, სადაც ვკითხულობთ: „უკრაინის შეიარაღებულმა ძალებმა იარაღი დაყარეს“, „ზელენსკიმ კიევი დატოვა“, „უკრაინის ყველა საჰაერო თავდაცვის სისტემა მწყობრიდან გამოვიდა“; „დაღუპული ჯარისკაცები ევროპაში ხვდებიან - ნაწილ-ნაწილ“; „უკრაინა შეიძლება მეზობელმა სახელმწიფოებმა გაიყონ“.

მსგავსი ნარატივით იკვეთება მცდელობა, რომ საზოგადოებამ უკრაინული მხარე აღიქვას როგორც სუსტი, ხოლო აღნიშნული ფრაზეოლოგია ქვეცნობიერის დონეზე იმედის და პოზიტიური იმპულსების შემამცირებელია. ამ ყველაფერს კი

ემატება ნარატივის მეორე მხარე, სადაც „მედია“ დემონიზაციის ხერხს მიმართავს, ამით ომში უკრაინას ადანაშაულებს.

II. უკრაინული მხარის „დამნაშავედ და ტერორისტად“ წარმოჩენა/დემონიზაცია - 11 პუბლიკაცია

- „კიევში აშშ-ის საელჩოს თანამშრომელი ცემით მოკლეს“;
- „უკრაინა ხვდება, რომ რუსეთს პირისპირ შეატოვებს და ახლა ზუსტად ისევე ცდილობს სხვა ქვეყნების ომში ჩათრევას, როგორც თვითონ ჩაითრიეს“;
- „როგორ ამზადებდა უკრაინა ომს“;
- „უკრაინა ყველაფერს აკეთებს იმისთვის, რომ საქართველო ომში ჩაებას“;
- „უკრაინელებმა ხერსონის ოლქის საზღვარზე ხორბალს ცეცხლი წაუკიდეს“;
- „ექსპერტმა ახსნა, როგორ გამოიყენეს უკრაინელებმა ქიმიური იარაღი რუსი სამხედროების წინააღმდეგ“;
- „ხერსონში უკრაინელების მიერ 100 მშვიდობიანი მოქალაქის სიკვდილით დასჯის შესახებ გახდა ცნობილი“;
- „ფაშისტური უკრაინა ისევე დაიჩოქებს რუსეთის წინაშე, როგორც ფაშისტურმა გერმანიამ დაიჩოქა საბჭოთა კავშირის წინაშე“.

კვლევის ეს ნაწილი ცხადყოფს, რომ რუსეთი ომის დროს ყოველთვის იყენებს პროცირების მეთოდს. აღნიშნული გამოიკვეთა საბჭოთა პრესაშიც, სადაც ყველა კონფლიქტის დამნაშავე იყო აშშ. თანამედროვეობაში ეს ნარატივი ორი მიმართულებით გვხვდება: 1) ომი დაიწყო აშშ-იმ და 2) ომი ფაშისტმა უკრაინამ დაიწყო. ხშირად გვხვდება ისეთი ფრაზები, როგორიცაა „უკრაინამ განახორციელა“, უკრაინა გენოციდს აწყობდა“, „ნაცისტები და ფაშისტები“, „უკრაინელებმა დაბომბეს“, „ფაშისტური უკრაინა“.

ამკარაა, რომ მანიპულაციური ნარატივის მეორე დომინანტური ნაწილი მიზნად ისახავს ომში „დამნაშავედ“ უკრაინული მხარის წარმოჩენას და რუსეთის, როგორც მსხვერპლის პორტრეტის შექმნას. ხოლო, ამ პროცესების კვალდაკვალ არსებობს ანტიქართული ნარატივიც, რომელზეც დაკვირვება ცხადყოფს, რომ ძლიერი კონტექსტური ბმა აქვს პრორუსულ, ანტიუკრაინულ, ანტიამერიკულ და

ანტიევროპულ მანიპულაციებთან, თუმცა ნარატივით და მანიპულატორებით ძლიერ განსხვავდება.

ანტიქართული (n=13)

საქართველოს შემთხვევაშიც ნარატივი ორ ნაწილად იყოფა:

I. საქართველოს რუსეთ-უკრაინის ომში ჩაბმა და ამის შედეგები (n=5), რაც შემდეგ სათაურებში იკვეთება:

- „ამერიკა-სოროსის თოჯინები გაერთიანდნენ, საქართველო კი დასავლეთის სანაგვედ იქცევა“;
- „საქართველო - ეთნიკურ ნიადაგზე კონფლიქტის გაღვივებისა და საომარ მოქმედებებში ჩაბმის საფრთხის წინაშე“;
- „შოთა აფხაიძე: დესტრუქციული ძალებისა და ტელევიზიების მიზანი საქართველოში ომის დაწყებაა“;
- „ვერაფერი ძმობაა უკრაინის ხელისუფლების აშკარა მცდელობა, საქართველო ნებისმიერ ფასად ჩაითრიოს ძმათამკვლელ ომში!“;
- „პატარა საქართველოში დიდ სისხლისღვრას ამზადებენ“.

არსებითად მნიშვნელოვანია ამ ნაწილში დაკვირვება, იმიტომ რომ აქ ხდება კომპლექსური მანიპულაცია ისტორიით - წარსული გამოცდილებით და შიშის გრძნობის გაღვივებით. იქიდან გამომდინარე, რომ საქართველოსთვის ისტორიულად ნაცნობია ომის შედეგები რუსეთთან, მუდმივი შეხსენება იმისა, რომ არსებობს ამ ომის დაწყების პოტენციური საფრთხე არის ისტორიის შეხსენება, ასევე მეხსიერებით და შიშით მანიპულაცია, რადგან საზოგადოებას ამ რუსულ-ქართულ ომთან მიმართებაში პოზიტიური მეხსიერების ბაზა არ გააჩნია და ნაპირზე გამოდის მხოლოდ ოკუპაციით მიღებული შედეგი.

ამ მანიპულაციის კომპლექსურობა ასევე მდგომარეობს იმაში, რომ ლახავს უკრაინის, როგორც პარტნიორად აღქმის შესაძლებლობას, რადგან „უკრაინასთან ძმობის გამო ჩაებმება საქართველო ომში“ და „დასავლეთის სანაგვედ“ იქცევა. საინტერესოა ის ეპითეტებიც, რომლებიც საქართველოსთან მიმართებით გამოიყენება. თუ უკრაინის გვერდით ხშირად გვხვდება „ფაშისტი“, საქართველოს შემთხვევაში ეს არის „პატარა“: „პატარა საქართველოში დიდ სისხლისღვრას

ამზადებენ“ - ცხადია, რომ ეს უკანასკნელი ისევ და ისევ შიშის ემოციაზე აპელირებს. ამავე ემოციაზე მოქმედებს ეკონომიკური მანიპულაციები.

II. საქართველოს ეკონომიკური დამოკიდებულება რუსეთზე და ზოგადი ეკონომიკური წნეხი (n=8)

მიუხედავად იმისა, რომ ამ ნარატივით პუბლიკაციების მწირი რაოდენობა გვხვდება, ის მაინც ქმედითია და ეხება ღვინის ექსპორტის შემცირებას, რუსეთის ლიდერობას ფულადი გზავნილების მიხედვით, უმუშევრობის დონეს და სხვა.

აღნიშნული ფრაზები გვაჩვენებს იმ ძირითად მანიპულატორს, რომელსაც პრორუსული მედია საქართველოს შემთხვევაში იყენებს - შიშის გაღვივება ეკონომიკური წნეხით. გარდა ენერგორესურსისა, პუბლიკაციები ხაზს უსვამენ იმას, რომ „ფულადი გზავნილებით რუსეთი ლიდერობს“, მაშინ, როდესაც „საქართველოში უმუშევრობის დონე 22,1 პროცენტია“, „სიღარიბის დონე კრიტიკული“, ღვინის ექსპორტი კი შემცირებული. ამავდროულად, პუბლიკაციებში გვხვდება ექსპორტის სია, სადაც რუსეთი ყოველთვის პირველ ადგილს იკავებს, მათ შორის, გზავნილების ნაწილშიც (დანართი N71). უნდა ითქვას, რომ საკვლევ პერიოდში კვლევის ობიექტი ინფორმაციას შემდეგი სათაურით - „პროდუქტები, რომლებსაც ვყიდით და ვყიდულობთ რუსეთში“ მრავალჯერ აქვეყნებდა, კერძოდ თვეში 3-4 ჯერ, თუმცა უნივერსში ყველა მათგანი ვერ მოხვდა.

თავის დასკვნის სახით, შეგვიძლია ხაზი გავუსვათ ტენდენციას. მნიშვნელოვანია, რომ პრორუსული ქართული მედიის ანალიზის ნაწილში საკმაოდ მკაფიოდ გამოიკვეთა დემონიზაციის და იმიჯის შელახვის (სტერეოტიპირების) მუდმივი ტენდენცია, რაც გვხვდებოდა საბჭოთა პრესაშიც, მაგრამ განსაკუთრებით ყურადსაღებია ემოციურ დონეზე შიშის გრძნობით მანიპულაცია, რომელიც გადის ისეთ სენსიტიურ ნარატივზე როგორცაა „საქართველოს ჩართვა ომში“ და „ეკონომიკური წნეხი“.

მეცნიერები წერენ, რომ მედიაში ეკონომიკური მანიპულირების ერთ-ერთი გავრცელებული მექანიზმი არის ეკონომიკური მონაცემების შერჩევითი გაშუქება ანუ ფრეიმინგი. ეს გულისხმობს თემის გარკვეული ასპექტების ხაზგასმას, ხოლო სხვების დამალვას, რათა აუდიტორიის მხრიდან ინფორმაციის ინტერპრეტაციაზე მოახდინოს გავლენა (Moss & Coleman, 2020). ეკონომიკურ კონტექსტში, მედიამ

შეიძლება გამოავლინოს ოპტიმისტური ან პესიმისტური ინდიკატორები საზოგადოების განწყობაზე ზემოქმედების მიზნით. მაგალითად, მოსმა და კოულმანმა (2020) დაადგინეს, რომ ფინანსური ახალი ამბების გაშუქება ხშირად იყენებს სენსაციურ ენას პოლიტიკურ დღის წესრიგთან შესაბამისობაში (Moss and Coleman, 2020).

კვლევები ასევე აჩვენებს, რომ ციფრული ახალი ამბების პლატფორმებში ალგორითმულ კურირებას შეუძლია მიკერძოებული ეკონომიკურ ნარატივებს პრიორიტეტი მიენიჭოს და შექმნას ექო კამერები, რომლებიც აძლიერებს არსებულ რწმენას (Lischka, 2018). ამ ფენომენს ამბაფრებს სოციალური მედია, სადაც დეზინფორმაციულმა კამპანიებმა შეიძლება დაამახინჯოს ეკონომიკური სტაბილურობის აღქმა (Allcott & Gentzkow, 2017).

აუცილებლად უნდა ითქვას, რომ მსგავსი მანიპულაციები იმაზე მეტი საფრთხის შემცველია, ვიდრე ეს რეალურად ჩანს. მეცნიერებმა ხაზგასმით აღნიშნეს, რომ პარტიული ეკონომიკური გაშუქება ხელს უწყობს პოლარიზაციას, ძირს უთხრის საზოგადოების ნდობას მედიისა და ეკონომიკური ინსტიტუტების მიმართ. ამ უნდობლობამ შეიძლება გამოიწვიოს ინვესტორების ნდობის შემცირება და ფინანსური არასტაბილურობის გაზრდა (Gentzkow, Shapiro და Stone, 2016). ამ ყველაფრის პარალელურად, გვხვდება პრორუსული ნარატივების ფენომენი, რომელიც მთლიანად ფსევდო-პოზიტიურ მანიპულაციაზეა აგებული. აღნიშნულის კვლევა და დაკვირვება მეტად საინტერესოა უკვე სომხურ მხარესთან შედარებით.

5.2 სომხეთი: 2020-2023

ეს კვლევის ზუსტად ის ეტაპია, სადაც მონაცემები და მათი შედარება ძალიან მნიშვნელოვან ინფორმაციას გვაწვდის და უკვე ჩნდება ტრანსფორმაციის გარკვეული ესკიზები. თუ დავაკვირდებით, სომხურ პრორუსულ მედიაში სუბიექტები აბსოლუტურად იდენტურია, მაგრამ რადიკალურად განსხვავდება პუბლიკაციების რაოდენობა (იხ. ასევე დიაგრამა N4).

21) ცხრილი N13: პუბლიკაციის რაოდენობა მიმართულების/სუბიექტის მიხედვით (სომხეთი)

მიმართულება/სუბიექტი	რაოდენობა
პრორუსული	56
ანტისომხური	35
ანტიუკრაინული	32
ანტიამერიკული	10
ანტიევროპული/ანტილიბერალური	9
სხვ.	8

პრორუსული (n=55)

საქართველოსთან შედარებით, სომხურ მედიაში პრორუსული გზავნილები მეტია. ცხრილში ვხედავთ, რომ პრორუსული პუბლიკაციების რაოდენობა 55-ს აღწევს (იხ, ცხრილი N13), მათი რიტორიკა ძირითადად პოზიტიურია და იყოფა რამდენიმე ძირითად ნარატივად.

1) რუსეთი, როგორც მშვიდობის გარანტი რეგიონში - 20 პუბლიკაცია

- „რუსეთმა შეაჩერა სოროსელების მიერ არცახის აღება“;
- „სტეფანაკერტის აეროპორტში რუსმა სამშვიდობოებმა გამარჯვების დღის აღლუმის პირველი კონსოლიდირებული რეპეტიცია გამართეს“;
- „სომხეთისა და რუსეთის ურთიერთობები ემსახურება სომხეთსა და არცახში მცხოვრები ჩვენი ხალხის უსაფრთხოების განმტკიცებას“: არა ბაბაჯანიანი“;
- „რუსეთის ფედერაცია მზად არის შემდგომი დახმარება გაუწიოს ერევანს მისი თავდაცვის შესაძლებლობებისა და საზღვრის უსაფრთხოების გაძლიერებაში. რუსეთის ფედერაციის საგარეო საქმეთა სამინისტრო“;
- „რუსეთის ძალისხმევით სომხეთისა და აზერბაიჯანის საზღვარზე ცეცხლი შეწყდა. კარასინი“;
- „რუსეთის პრეზიდენტი ვლადიმერ პუტინი მთიანი ყარაბაღის სომხების მიმართ ვალდებულებებს საკუთარ მოვალეობად მიიჩნევს. ზატულინი“;
- „რუსმა სამშვიდობოებმა აზერბაიჯანელ ჟურნალისტებს ივანიანში წასვლის უფლება არ მისცეს“;

- „ლაჩინის დერეფანი 20 დღეა რაც არ არის რუსი სამშვიდობოების კონტროლის ქვეშ (და ამიტომ აირია ყველაფერი - ვკითხულობთ მასალაში). ვლადიმერ პუტინი“ და სხვ.

აღნიშნული მიმართულება ხშირად „სასიცოცხლოდ“ მნიშვნელოვანი და ქმედითია სომხეთისთვის. ისტორიულ კონტექსტს და კოლექტიურ მეხსიერებას თუ გავითვალისწინებთ, საზოგადოებაში არსებობს ერთი მარტივი ფორმულა - „რუსეთი სომხეთს იცავს ომისგან“. ეს ფაბულა აპელირებს ემოციებზე. შესაბამისად, მართალია ირიბად, მაგრამ აღნიშნული ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაცია სომხეთის რუსეთზე დამოკიდებულების ჩვენებით გადის შიშის ზღვარზე. მაშინ, როდესაც ქართული რეალობის და ისტორიის გათვალისწინებით, ეს ნარატივი ასეთი ეფექტიანი არ არის. ამას ციფრებიც ცხადყოფს: თუ ქართულ მედიაში 35 პროორუსული პუბლიკაციაა, სომხურში - 55. ეს მონაცემები უკვე ხაზს უსვამს იმ მოვლენას, რომ თითოეული ქვეყნისთვის შესაბამისი ქმედითი ნარატივია შერჩეული.

პუბლიკაციებში ხშირად გვხვდება „ერთიანი რუსეთი“, „რუსი სამშვიდობოები“, „რუსეთის ძალისხმევით ცეცხლი შეწყდა“, „რუსმა ჯარისკაცებმა სომხეთის საზღვარზე არ შემოუშვეს აზერბაიჯანელები“, „პუტინს პირად ვალდებულებად მიაჩნია მათი (სომეხი დევნილების) დაცვა“, „სომხურ-რუსული მეგობრობა“ და სხვ.

ცხადია, ამ ნარატივის პარალელურად მიდის რუსეთის გმირის ხატის გაძლიერება როგორც სამეცნიერო მიღწევებით კოვიდ პანდემიის დროს, ისე სამხედრო გამარჯვებებით/წარმატებებით და, რაც ყველაზე მთავარია, ხდება ენერგორესურსით ინტენსიური მანიპულაცია. ცხადია, ეს ნაწილი ეხება რუსულ-უკრაინულ ომსაც. კვლევაში ჩართულმა ერთ-ერთმა ექსპერტმა აღნიშნა, რომ სომხეთში დეზინფორმაციამ იმის შესახებ, რომ უკრაინამ აზერბაიჯანს თეთრი ფოსფორი (Civilnet, 2022) მიჰყიდა 44 დღიანი ომის დროს ძალიან ნეგატიურად იმუშავა, ამ უკანასკნელმა ხალხში გააძლიერა პროორუსული და ანტიუკრაინული განწყობები:

- „რუსეთში კორონავირუსის მკურნალობის უახლესი მეთოდი დაინერგა“;
- „ცნობილი გახდა ქვეყანა, რომელიც პირველი მიიღებს რუსულ ვაქცინას“;
- „უკრაინული არსენალი, რომელიც რუსეთის ძალებს გადაეცა, შესაძლოა

ევროპაში ყველაზე დიდი იყოს (ვიდეო)“;

- „რუსული არმია აქტიურად უტევს უკრაინის პოზიციებს“;
- „რუსული არმია ლიმანთან მტერს ამარცხებს (ფოტო 18+)“;
- „უკრაინის შეიარაღებული ძალების დარტყმების შედეგად დაზიანდა ატომური ელექტროსადგურის გაგრილების სისტემა. რუსეთის ფედერაციის თავდაცვის სამინისტრო“;

აქ საკვანძო სიტყვა „მტრის“ გამოყიფა, რადგან თავის თავში აერთიანებს გზავნილს, რომ ომი დაიწყო უკრაინამ და გახდა რუსეთის „მტერი“. თუმცა, პრორუსულ ჟრილში სომხეთში არსებული ანტიუკრაინული განწყობებით მანიპულირება სხვა სათაურებშიც ჩანს. მაგრამ საკვანძოა საბჭოთა დიდების გახსენების ნარატივები, რომლებიც ქართულ მედიაშიც შეგვხვდა:

- „რუსეთის ფედერაციის პრეზიდენტმა ისაუბრა პოსტსაბჭოთა ქვეყნების გაერთიანების პროცესის დაჩქარებაზე“;
- „რუსეთის შემოთავაზების მიხედვით, საჭიროა "თევზის მოხმარების საბჭოთა მოდელზე" დაბრუნება“;
- „მათ გაუჩნდათ ანგარიშვალდებულების გრძნობა რუსეთთან, ისევე როგორც სსრკ-სთან. მედვედევი“;

პუბლიკაციებში ნაჩვენებია, რუსეთის სურვილი ან პოზიცია საბჭოთა გაერთიანებული ერების ოჯახის დაბრუნებაზე, ხაზგასმულია ისიც, რომ ადრინდელივით ანგარიშგასაწევი ძალაა.

- „აშშ-მ შეცდომა დაუშვა რუსეთთან დაკავშირებით“;
- „ევროპელები დაიღალნენ ანტირუსული სანქციებით. ბორელი“;
- „რუსეთი ერთგულია თავისი პოზიციის ბირთვული ომის დაუშვებლობის შესახებ. რუსეთის ფედერაციის საგარეო საქმეთა სამინისტრო“;
- „ბრიტანული დაზვერვა იტყობინება ბელგოროდში რუსული ძალების დიდი კონცენტრაციის შესახებ“;
- „კადროვი ჰყვება, თუ როგორ იბრძვიან მისი 16, 15 და 14 წლის ვაჟები უკრაინაში "ჩეჩენი ჯარისკაცებს შესაფერისად" (ვიდეო);
- „რუსული არმია აგრძელებს ნატოს სამხედრო ტექნიკის განადგურებას (ფოტო, ვიდეო)“;

მაგალითად, პოზიტიური რიტორიკა ვენესუელას მიმართ საბჭოთა პერიოდიდან იგივე დარჩა და იქ არსებული „ანტიევროპული“ და „ანტიამერიკული“ განწყობები „დაფასდა“:

ქართულში: ვენესუელა ევროკავშირის ელჩს ამევებს;

სომხურში: ვენესუელამ კორონავირუსის ტესტები რუსეთისგან მიიღო;

ამავე ნაწილში გამოიყენება ახლო მეზობლის ეფექტი: განვიხილოთ პუბლიკაცია - „საქართველო არ ჩაერთვება რუსეთის წინააღმდეგ ომში. კახა კალაძე“. ქვეტექსტით გათვალისწინებულია, რომ არც სომხეთი უნდა ჩაერთოს. თუ ამას კოლექტიურ მეხსიერებას დავუმატებთ იმის შესახებ, რომ „უკრაინა აზერბაიჯანის მოკავშირეა“, სომხურ მედიაში მივიღებთ ბევრად მეტ ანტიუკრაინულ პუბლიკაციას, ვიდრე ეს ქართულ (n=23) პრორუსულ მედიაში გვხვდება.

ანტიუკრაინული (n=31)

ანტიუკრაინული პუბლიკაციები ორივე ქვეყანაში თითქმის იგივე ნარატივებს მოიცავს, თუმცა სომხურ პრორუსულ მედიაში მეტად ემოციური გამონათქვამები და შედარებები გვხვდება, მაგალითად, თურქეთთან და აზერბაიჯანთან. ეს არის გაიგივების ერთგვარი ტაქტიკა, როდესაც ხალხში არსებულ „დემონს“ ედარება ახალი პერსონაჟი, რომლის დემონიზაციის მიზანიც აქვს მანიპულაციის ავტორს.

მაგალითად, პუბლიკაციაში სათაურით - „უკრაინის ხელისუფლებამ პროვოკაციებით თითქმის აჯობა მეგობარ თურქეთს. ბაბუხანიანი“ - გარდა იმისა, რომ უკრაინა ჩანს, როგორც პროვოკატორი, იგი ასევე მოიხსენიება, როგორც „თურქეთის მეგობარი“, რაც სომეხი მოსახლეებისთვის ისტორიულად პირდაპირპროპორციულია „მტერთან“. შემდეგი პუბლიკაციაც გვაჩვენებს, რომ „ზელენსკი ერდოლანს უთანხმებს ნაბიჯებს“ - „ზელენსკიმ ერდოლანს უთხრა, რომ მას სურს პუტინთან შეხვედრა“. მსგავს შედარებებს ქართულ რეალობაში არ ვაწყდებით, რადგან აქ მუშაობს „საერთო მტრის“ ფენომენი, მაგრამ, ხშირია „საქართველოს ომში ჩართვის შიშით მანიპულაცია“, რაც პირიქით - სომხურში არ გვხვდება.

ასევე, გვხვდება ამერიკის ზეწოლაზე მსუბუქი მინიშნებები: „ჩვენ კარგად ვიცით უცხო ძალების (გულისხმობს ამერიკას) ზეწოლა, რასაც სომხეთის

ხელმძღვანელობა აწყდება. რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრომ შეაფასა ერევნის პოზიცია უკრაინის საკითხზე“.

ქართული მაგალითების მსგავსად აქაც ძირითადად ორი ნარატივი დომინირებს: 1) უკრაინული მხარის (მათ შორის პრეზიდენტის) სუსტად წარმოჩენა და 2) უკრაინული მხარის „დამნაშავედ და ტერორისტად“ წარმოჩენა/დემონიზაცია

I. უკრაინული მხარის (მათ შორის პრეზიდენტის) სუსტად წარმოჩენა - 19 პუბლიკაცია:

- „ყველა გაიქცა, მე კი მარტო დავრჩი. დაჭრილი უკრაინელი ოფიცერი ჰყვება, როგორ გადაარჩინეს რუსმა ჯარისკაცებმა (ვიდეო)“;
- „საშინელი კადრები. ბევრი გვამი და განადგურებული უკრაინული ჯავშანმანქანა (ვიდეო 18+)“;
- „უკრაინაში ბრიტანელი დაქირავებული ჯარისკაცი მოკლეს, კიდეც ერთი დაკარგულია (ფოტო)“;
- „ზელენსკის „პატარა სამშობლო“ დაიბომბა“;
- „უკრაინის ცენტრალური რეგიონებიდან რუსული ჯარების გაყვანის შემდეგ კიევის ხელისუფლებამ უარი თქვა შეთანხმების შესრულებაზე. პუტინი“;
- „უკრაინაში რუსულმა „კალიბრმა“ გაანადგურა აშშ-დან გადაცემული იარაღის დიდი პარტია“;
- „კიევის 130 000-მდე მცხოვრებს კვლავ არ მიეწოდება ელექტროენერგია“.

ანტიუკრაინულ პუბლიკაციებში გვხვდება ისეთი ფრაზები ან/და სიტყვები, როგორცაა „განადგურებული უკრაინა“, „გადარჩენილი ჯარისკაცი“, „ჯოჯოხეთი“ - ეს ფრაზები გამოყენების სიხშირით დომინირებს და გამოიყენება უკრაინის სისუსტის საჩვენებლად. ასევე, ხშირია რუსეთის გმირის ხატის „დამტკიცების“ მცდელობებიც, როდესაც რუსი ჯარისკაცის მხრიდან გადარჩენილ უკრაინელ ჯარისკაცებზე მიდის საუბარი.

ასევე გვხვდება ნარატივები ისევ უკრაინის სისუსტის მაჩვენებელი ნიადაგის მქონე, თუმცა სხვა ქვეყნების „იმედგაცრუების“ გამოყენებით:

- „ჩვენ მათ 60 მილიარდ დოლარზე მეტი მივეცით. ტრამპმა სინანულით აღნიშნა, რომ აშშ უკრაინისთვის ბევრად მეტ ფულს გამოყოფს, ვიდრე

ევროპა“;

- „ირანი ეწინააღმდეგება უკრაინაში კონფლიქტის მხარეებისთვის იარაღის მიწოდებას“;
- „აშშ და მისი მოკავშირეები იმედგაცრუებულნი არიან უკრაინის მიმართ; ეგვიპტემ დაარღვია კონტრაქტები უკრაინიდან 240 ათასი ტონა ხორბლის შესყიდვაზე. Reuters“;
- „ბაიდენმა კიდევ ერთხელ დაადასტურა, რომ არ აპირებს აშშ-ის ჯარების გაგზავნას უკრაინაში“.

აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ ამ ნაწილში ანტიუკრაინული მანიპულაციების უმეტესობა, ასევე შეგვიძლია ჩავთვალოთ პრორუსულად, თუმცა მათი დახარისხება მთლიანი პუბლიკაციის რიტორიკის გათვალისწინებით ხდება. მეტად მარტივია დემონიზაციის და სტერეოტიპირების მიმართულებით პუბლიკაციების დახარისხება, რამეთუ ეს უკანასკნელი მკაფიოდ ანტიუკრაინულია.

II. უკრაინული მხარის „დამნაშავედ და ტერორისტად“ წარმოჩენა/დემონიზაცია - 8 პუბლიკაცია:

- „არაადეკვატურ მდგომარეობაში მათუპატიურებდა“. უკრაინელმა სუპერმოდელმა გაამხილა, როგორ ექცეოდა მას ქმარი“;
- „უკრაინის არმია თავს დაესხა ზაპოროჟიეს ატომური ელექტროსადგურის გაგრილების სისტემას“;
- „ზელენსკიმ უნდა განაგრძოს სამხედრო საქმიანობა, წინააღმდეგ შემთხვევაში ქვეყანა "აფეთქდება" შიგნიდან“;
- „უკრაინელებმა რუსეთის პოზიციებზე დრონის გამოყენებით ქიმიური თავდასხმა განახორციელეს. რუსეთის ფედერაციის თავდაცვის სამინისტრო“.

აგრესორის პორტრეტის შექმნაში ასევე ხშირად გამოიყენება უკრაინული მხარის დადანაშაულება ატომური ომის წამოწყების მცდელობაში: „უკრაინის არმია თავს დაესხა ზაპოროჟიეს ატომური ელექტროსადგურის გაგრილების სისტემას“ და „დრონის გამოყენებით ქიმიური თავდასხმა განახორციელეს“.

დემონიზაცია იმდენად ინტენსიურია, რომ თანამოქალაქეების „დახოცვაში“ და „ცივისსხლიან მოკვლაში“ სდებენ ბრალს უკრაინულ ჯარს, მაგალითად: მან

ცვისსხლიანად მოკლა დაჭრილები, მაგალითად - „როგორ ესროლა უკრაინის ეროვნულმა გვარდიამ თანამებრძოლებს (ვიდეო 18+)“.

ანტისომხური (n=35)

თითოეული მანიპულაციის ეფექტს აძლიერებს ანტისომხური სუბიექტის მქონე პუბლიკაციები. ამ შემთხვევაშიც, მნიშვნელოვანი განსხვავება დაიკვირვება ანტიქართულ პუბლიკაციებთან შედარებით, რომელთა რაოდენობა 13 პუბლიკაციას შეადგენს, ანუ თითქმის სამჯერ ნაკლებს, ვიდრე სომხურ პრორუსულ მედიაში. ამ შემთხვევაში პუბლიკაციები რამდენიმე მნიშვნელოვან ნარატივად იყოფა:

- 1) **„ნიკოლ ფაშინიანის და მოქმედი მთავრობის, როგორც ქვეყნის მოლაღატის და თურქეთის მონის იმიჯის ჩამოყალიბება“ – (26 პუბლიკაცია)**
 - ლავროვის განცხადებების შემდეგ სომხეთის საგარეო საქმეთა მინისტრი უნდა გადადგეს. ბეკარიანი;
 - როგორ მიიღო პრემიერმა ბინა და ვის სახელზე?;
 - პრემიერის რეიტინგი ასფალტზე „დაეცა“;
 - ნიკოლ ფაშინიანი ყოველდღე მტრობას აღვივებს. სარგის ავეტისიანი;
 - დიდი დაბადების დღე ტრანსი ადამიანების მონაწილეობით. ხელს არ შეუშლიან, რადგან ფაშინიანის პატრონაჟის ქვეშ არიან. ვიდეო;
 - ნიკოლ ფაშინიანმა შანტაჟით თანხა გამოსძალა ავიაციის დეპარტამენტს. დეპარტამენტის ყოფილი თანამშრომელი;
 - ვინაიდან ნიკოლის ნილაბი დახეულია, მას სახე სამედიცინო ნილბით უნდა დამალოს. ანა მკრტჩიანი;
 - „ფაშინიანის მიზანი იყო არცაზის საკითხის „გადაწყვეტა“ ისე, როგორც ალიევს და ერდოღანს წარმოედგინათ“;
 - ნიკოლ ფაშინიანის იმედი ყოფილები არიან (იგულისხმება ყოფილი პრეზიდენტები, რომლებიც რუსეთთან იყვნენ დაახლოებული);
 - თუ ფაშინიანის მმართველობა კიდევ თვენახევარი გაგრძელდა, არცაზი აზერბაიჯანის შემადგენლობაში იქნება აღიარებული. გალუსტიანი;
 - სომხეთის ე.წ. პრემიერ-მინისტრი აგრძელებს თურქეთისა და აზერბაიჯანის მოთხოვნების სწრაფად შესრულებას. გაიანე ნერსისიანი;
 - ამორალურმა ფენომენმა (ფაშინიანი) სერჟ სარგსიანი კიდევ ერთხელ

მოიხსენია და ეცადა მისთვის დაებრალეზინა არცახის საკითხი. ანა ჰოვნიერი კაპიტულანტს;

- სანამ ფაშინიანები და ტოროსიანები ორი წლის განმავლობაში მოსახლეობას მშვიდობისთვის ამზადებდნენ, ბაქო იარაღს ყიდულობდა;

35 ანტიკომხური პუბლიკაციიდან 26 პირდაპირ ემსახურება პრემიერ-მინისტრის ან, ერთეულ შემთხვევებში, მისი ოჯახის და მთავრობის დისკრედიტაციას. აღნიშნული ნარატივი იმდენად ძლიერია, რომ ცალკე ქვეჯგუფებად იყოფა და ხშირად პრემიერის გვართან გამოიყენება ისეთი ეპითეტები როგორცაა: უსამშობლო და ამორალური. ხშირია პუბლიკაციები, როდესაც მას კონკრეტული თანხების გამოძალვაში ადანაშაულებენ: „მორიგი „სახელფასო“ თაღლითობა“, „როგორ მიიღო პრემიერმა ბინა და ვის სახელზე?“, „ფაშინიანმა შანტაჟით თანხა გამოსძალა ავიაციის დეპარტამენტს“, ფაშინიანი 2,6 მილიარდს მიიღებს, თუ რუსული სამხედრო ბაზას სომხეთიდან გაიყვანს“, რაც კონტექსტის გათვალისწინებით ავტომატურად ომს გულისხმობს. თუმცა, მთავარი ქვეტექსტი მაინც ისაა, რომ „სომხეთის ე.წ. პრემიერ-მინისტრი აგრძელებს თურქეთისა და აზერბაიჯანის მოთხოვნების სწრაფად შესრულებას“.

ეკონომიკური სახის მანიპულაციები საკმაოდ მწირია (n=9), თუმცა ამ შემთხვევაშიც მანიპულაცია ხდება შიშით. იგი ძირითადად ენერგორესურს და გარკვეული პროდუქტების ექსპორტს ეხება: „სომხური თამბაქო და სხვა პროდუქტები რუსეთის რეგიონებში გაქრა“; „ერევანში გახშირდა ელექტროენერჯის გათიშვის ფაქტები“; „დოლარი და ევრო აგრძელებს გაძვირებას“ და სხვ.

კვლევის ამ ნაწილში მნიშვნელოვანია დავაკვირდეთ ანტიამერიკულ (n=10) და ანტიევროპულ (n=9) პუბლიკაციებს და მათ რაოდენობას. თვალსაჩინოა, რომ ყველა სხვა სუბიექტთან შედარებით, ეს ორი სომხურ პრორუსულ მედიაში ყველაზე მწირია, თუმცა ანტიდასავლური რიტორიკა და ნარატივები, ფაქტობრივად, იდენტურია. ანტიამერიკული ნარატივები ძირითადად ორია და სახეზეა დემონიზაციის, სტერეოტიპირების და იმიჯის შელახვის მცდელობა.

ანტიამერიკული (n=10)

ხშირად გვხვდება აშშ-ში არეულობის და არასტაბილურობის ჩვენების მაგალითები - 7 პუბლიკაცია:

- „აშშ-ში 28 შტატმა ჯარი ქუჩებში გამოიყვანა“;
- „ამერიკელმა მოზარდებმა ტრამპს „სასტიკი დარტყმა“ მიაყენეს“;
- „ქუჩის ომი აშშ-ში. შეტაკებებისა და მკვლელობების ტალღა“;
- „ამერიკელები დაუსრულებელი კრიზისების გამო "ნერვული აშლილობის ზღვარზე" არიან (ვიდეო)“;

თურქეთის ან აზერბაიჯანის გავლენების ჩვენება - 3 პუბლიკაცია

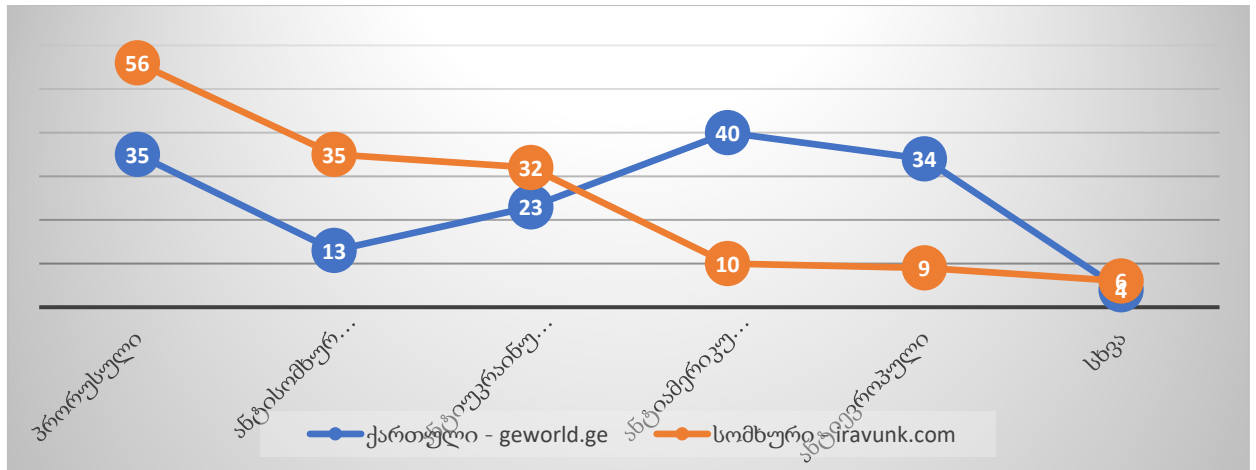
- „მსგავსი ნაბიჯი აშშ-მაც თავისი სახელმწიფო ინტერესებიდან გამომდინარე გადადგა. ვაჰრამ ბალაიანი“ - (იგულისხმება, რომ შეწყვიტა არცახის დახმარება);
- „აზერბაიჯანის ელჩი ვაშინგტონში მიმე წონაა. მას სერიოზული საპირწონე სჭირდება და მაკუნცი ეს საპირწონე არ არის. სურენ სარგსიანი“;
- „ერდოღანი და ბაიდენი ბალიში მოლაპარაკებებს მართავენ“.

ნაკლებია ანტიევროპული პუბლიკაციების რაოდენობაც, თუმცა მათი მანიპულატორები საკმაოდ ქმედითია. ხშირად ხდება ისეთი ნარატივების გამოყენება, რომელიც ღირებულებებს და ტრადიციებს ეხება.

ანტიევროპული (n=9)

ამ ნაწილში გვხვდება პუბლიკაციები ზოგადი ანტიდასავლური ნარატივებით, მათ შორის მანიპულაცია რელიგიით, ემოციებით და ტრადიციებით, რაც ქართულ მედიაშიც ხშირად გვხვდება, თუმცა აქ ბევრად ნაკლებია. ხშირად გამოიყენება ისეთი ფრაზები, როგორცაა: **ტრადიციულ ღირებულებების დამახინჯება, რელიგიის შეურაცხყოფა, 2-ზე მეტი გენდერის არსებობა და სხვ.** ცხადია, მნიშვნელოვანია ქართულ და სომხურ პრორუსულ მედიებში სუბიექტების გათვალისწინებით პუბლიკაციების რაოდენობის და ამ უკანასკნელის გამომწვევი მიზეზების ანალიზი (იხ. დიაგრამა N7).

22) დიაგრამა N7: პუბლიკაციების რაოდენობა სუბიექტების და ქვეყნის მიხედვით



დიაგრამას თუ დავაკვირდებით დავინახავთ, რომ სომხურ “Iranuk”-ში პრორუსული პუბლიკაციები საკმაოდ ჭარბი რაოდენობით გვხვდება (n=55), მთლიანი პუბლიკაციების თითქმის 37%, მაშინ, როდესაც ქართულ „geworld“-ში პრორუსული პუბლიკაციები 23 პროცენტს შეადგენს. ყველაზე მნიშვნელოვანი განსხვავება კი ანტიევროპულ და ანტიამერიკულ პუბლიკაციებში გვხვდება. იქიდან გამომდინარე, რომ სომხეთში აშშ-ის მიმართ დადებითი მეხსიერება ბევრად მეტია, ვიდრე – ნეგატიური, ამ უკანასკნელით მანიპულირება საკმაოდ რთულია, ზუსტად ამით აიხსნება სულ რაღაც 10 ანტიამერიკული პუბლიკაცია, მაშინ, როდესაც ქართულ რეალობაში არის 40 - 4 ჯერ მეტი.

ასევე, ამ ეტაპზე სომხეთი ჯერ იმდენად ახლოს არ იმყოფება ევროკავშირში გაწევრიანების გზასთან, მაშინ, როდესაც საქართველო კანდიდატ ქვეყანათა სიაშია. შესაბამისად, ქართულში გაძლიერებულია ანტიევროპული პროპაგანდა, ხოლო სომხურ პრორუსულ მედიაში მთავარი ძალები გადატანილია რუსეთის ფენომენის გაძლიერებაზე (n=55) და სომხეთში დასავლური კურსის მქონე მთავრობის დემონიზაციაზე (n=35).

ციფრები გვაჩვენებს, რომ საბჭოთა კავშირთან შედარებით, სომხურ მედიაში მეტად გაძლიერდა მანიპულაციების რაოდენობა პრორუსული სუბიექტით, იგივე ფსევდო-პოზიტივის მიმართულებით, მაშინ როდესაც საქართველოში ანტიდასავლურმა (ანტიევროპული და ანტიამერიკული) პუბლიკაციებმა იმატა. თუ გავითვალისწინებთ კვლევის პირველი ფაზის შედეგებს, სადაც ქართულ გაზეთში მეტად გვხვდება უცხო ქვეყნების შესახებ ინფორმაციის მანიპულაციის შემთხვევები. თანამედროვეობაში საპირისპირო ვითარებაა. *ეს უკანასკნელი მიგვითითებს იმაზე,*

რომ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში გარე ძალების მხრიდან მანიპულაცია იზრდება პროდასავლური კურსის დაფიქსირებისთანავე.

აქვე ყურადღებას იპყრობს ის, რომ სომხურ პრორუსულ მედიაში, როგორც სანდო ხატი, ხშირად გამოიყენება სერგეი ლავროვი (სომხური ფესვების გამო) და ვლადიმერ პუტინი (იხ. დანართი N72). ქართულ პრორუსულ მედიაში აღნიშნულ პირთა ფოტოები და სახელი მინიმალურამდეა დაყვანილი, რადგან ქართველ მოსახლეობას მწვავედ გამოხატული აგრესია აქვს მათ მიმართ, რაც არ ჩანს სომხეთში. მაგრამ, ორივე მედიაში ყურადსაღებია პუბლიკაციების განლაგება, რომელთა ერთობლიობა მარტივ კონტექსტს ქმნის (იხ. დანართი N74).

- „სერგეი ლავროვი: რუსეთი საქართველოსთან ურთიერთობის აღსადგენად მზადაა“;
- „მორიგი ანტირეკორდი - ღარიბი მოსახლეობის რაოდენობამ 600 ათასს გადააჭარბა“.

ამ შემთხვევაში პუბლიკაცია „საქართველოში ღარიბი მოსახლეობის რაოდენობის ზრდის“ და სერგეი ლავროვის განცხადება „საქართველოსთან ურთიერთობის აღდგენის მზაობის“ შესახებ, ერთად არის გამოქვეყნებული. აღნიშნული მანიპულაციური მექანიზმი საბჭოთა პრესაშიც შეგვხვდა, როდესაც განლაგების დახმარებით იქმნებოდა კონტექსტი (იხ. დანართი N67). ამ შემთხვევაშიც არის „მინიშნება“, რომ „ამ სიღარიბის დაძლევაში რუსეთი დაგვეხმარება“. აღნიშნულ მიდგომას ადასტურებს შემდეგი განლაგებაც (იხ. დანართი N73):

- უკრაინელებიც გამწარდნენ და ჯავრის ამოყრას ევროპელებზე ცდილობენ;
- ზელენსკი გამწარდა: ამას გვპირდებოდით?;
- უკრაინას ყველგან და ყველგან უარს ეუბნებიან;

აღნიშნული სამი პუბლიკაცია ერთად არის გამოქვეყნებული და ერთიანობაში რამდენიმე კონტექსტურ ინფორმაციას გვაწვდის: 1) უკრაინას არავინ ეხმარება; 2) უკრაინამ „სხვების“ კარნახით წამოიწყო ომი, 3) ევროპამ ან/და აშშ-იმ დაპირებები არ შეასრულეს და 4) უკრაინა აგრესიულია, რადგან „ჯავრის ამოყრას ცდილობს“.

თავის დასკვნის სახით კი შეგვიძლია ვთქვათ, რომ თუ მიღებულ მონაცემებს ჩვენ მიერ შექმნილ მატრიცაში გავატარებთ (იხ. ცხრილი N1), ცხადად დავინახავთ, რომ მიზნის მისაღწევად გამოიყენება მანიპულაციური მეთოდების და მექანიზმების

ფართო სპექტრი: ემოციური მოწოდებები, ფრეიმინგი, დამაჯერებელი ენა, შერჩევითი გაშუქება, სტერეოტიპირება/დემონიზაცია, შიშის გაღვივება, პროეცირება, სუბლიმინალური შეტყობინებები და სხვ. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ყველაფერი ცალკეული მანიპულაციური მექანიზმებია, მათი ერთობლიობა საერთო ჯამში სამი ძირითადი მიმართულების გასაძლიერებლად გვხვდება: დემონიზაცია, შიშით მანიპულაცია და პროეცირება, ანუ გადაბრალება.

აქვე, საბჭოთა პრესაში არსებული მანიპულაციური სპექტრის გათვალისწინებით, აშკარაა, რომ ციფრულ ეპოქაში მათი მრავალფეროვნება შემცირდა, თუმცა ეფექტი და გავლენები მომხმარებელზე გაიზარდა, რადგან სოციალური მედია გახდა პლურალისტური და ყველასთვის ხელმისაწვდომი. კვლევის ფარგლებში ცხადი ხდება, რომ უცვლელი და საკმაოდ ძლიერი მანიპულატორი ორივე პერიოდში რჩება ცრუ - ან ფსევდო -პოზიტივი.

მიუხედავად ამისა, კონტენტ-ანალიზი თუ დისკურსის ანალიზი არ გვეხმარებიან იმ განსხვავების გაგებაში, თუ როგორ და რატომ იცვლება მანიპულაციური კონტენტის სიხშირე ქვეყნების მიხედვით. ამ კითხვებზე პასუხის გაცემაში სიღრმისეული ინტერვიუ დაგვეხმარა.

თავი VI: სიღრმისეული ინტერვიუ

იმისათვის, რომ დაგვედასტურობინა ჩვენ მიერ ჩამოყალიბებული რამდენიმე საკვანძო მიგნება (მათ შორის, ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაცია) და გვეპასუხა საკვლევ კითხვებზე, მივმართეთ თვისებრივი კვლევის კიდევ ერთ ფორმას – არასტრუქტურირებულ სიღრმისეულ ინტერვიუს. კონტენტ-ანალიზმა მკაფიოდ არ გვაჩვენა ფსევდო-პოზიტიური ინფორმაციის და სხვა მანიპულატორების ეფექტი საზოგადოებაზე და მათ კრიტიკულ აზროვნებაზე; არ გამოიკვეთა ის ისტორიული წინაპირობა, რითაც აიხსნებოდა სომხურ და ქართულ საკვლევ ობიექტებში არსებული რაოდენობრივი განსხვავებები და, რაც ყველაზე მთავარია, არ გამომჟღავნდა ის გრძელვადიანი გავლენები, რომლებიც ქვეყნის ინფორმაციულ სივრცეში გარე ჩარევას მოჰყვება. ამიტომ გავესაუბრეთ 10 ექსპერტს, დარგების მიხედვით. უნდა ითქვას, რომ კვლევაში რესპონდენტების ჩართულობა და დანართის ნაწილში მათი სახელების მითითება თითოეულის თანხმობის საფუძველზე მოხდა.

კვლევაში ჩართული ექსპერტები არიან: ისტორიკოსები, კონფლიქტოლოგები, მედიის სპეციალისტები, მეხსიერების მკვლევრები და ფსიქოლოგები/ფსიქიატრები, რომლებიც მუშაობენ ჩვენს კვლევასთან დაკავშირებული მიმართულებებით. სიღრმისეული ინტერვიუს დროს გამოყენებულია ჯვარედინი გადამოწმების მეთოდი, რაც გულისხმობს, რომ თითოეული დარგიდან არჩეულია მინიმუმ 2 ექსპერტი და მათთან გადამოწმებულია გადმოცემული ინფორმაცია. აღნიშნული მეთოდი გვაძლევს საშუალებას, მასალა, შეძლებისდაგვარად, გავხადოთ მეტად ობიექტური.

სიღრმისეული ინტერვიუ გააანალიზდა ქვეთავების მიხედვით, ინტერვიუს დროს დასმული კითხვების საფუძველზე, ხოლო ექსპერტების ჩამონათვალი და კითხვარი დანართის სახით (დანართი N1, N2, N3) მიემაგრა სრულ ნაშრომს.

- **ისტორიული წინაპირობები და საბჭოთა კავშირის ექო თანამედროვეობაში**

ჩვენი ნაშრომის მიხედვით, რაოდენობრივი კვლევის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიგნებაა სომხურ პრესასთან შედარებით, დასავლეთის (ევროპა და ამერიკა) დემონიზაციისა და უცხო ქვეყნების შესახებ ნეგატიური ინფორმაციის შემცველი ბევრად მეტი პუბლიკაციის არსებობა ქართულ საბჭოთა პრესაში.

ექსპერტების თქმით, მსგავს განსხვავებას იწვევს პოლიტიკური ინტერესი, რადგან ამ ინტერესზე დაყრდნობით ხდება მანიპულაცია ავტორიტარული და ტოტალიტარული რეჟიმების მხრიდან. „ყველაზე მთავარი განსხვავება იყო ის, რომ მაშინ, როდესაც სომხეთისთვის რუსეთი „გადამრჩენელი“ იყო, ქართველები არასდროს ენდობოდნენ საბჭოთა კავშირს და რუსეთს. შესაბამისად, არც რუსეთის და საბჭოთა კავშირის ლიდერები ენდობოდნენ საქართველოს, რამაც გამოიწვია გაძლიერებული მანიპულაციები (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 09.10.2024)“.

ექსპერტი კონფლიქტოლოგის თქმით, თუ გადავხედავთ იმ პერიოდის მოცემულობას, ეკონომიკური განვითარების თვალსაზრისით, საქართველო, 30-იანი წლებიდან მოყოლებული, გარკვეულ პრივილეგიებულ პოზიციაში იყო: „გეოპოლიტიკური მდებარეობა, კლიმატი, რომელიც ხელს უწყობდა სხვადასხვა ტიპის სასოფლო-სამეურნეო კულტურის განვითარებას, ზღვა და სხვ. ეს ყველაფერი ქვეყნისადმი გარე ინტერესს ზრდიდა. ამავდროულად, დასავლეთს ნაკლები ინტერესი ჰქონდა სომხეთისადმი - ამ შემთხვევაში, ძირითადად, სომხური დიასპორა აქტიურობდა. რუსეთის ინტერესი თითქმის იდენტური იყო ამ ორი ქვეყნის მიმართ, მაგრამ მეტად მიმართული იყო საქართველოსაკენ, ვინაიდან საქართველოს გეოპოლიტიკური მდებარეობა, როგორც ახლა, ასევე მაშინაც, კრიტიკული იყო - ის მნიშვნელოვან კვანძს წარმოადგენდა და წარმოადგენს (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 11.10.2024)“.

თუმცა, ექსპერტების ინტერვიუებით ნათელი ხდება, რომ გადაჭარბებული მანიპულაციები მხოლოდ ქვეყნის ავკარგიანობით არ იყო გამოწვეული. ისტორია ადასტურებს, რომ საქართველო მეტად გამოირჩეოდა ანტისაბჭოთა გამოსვლებით და პირდაპირი თუ ირიბი ფორმით აპროტესტებდა საბჭოთა ოკუპაციას. მაგალითად, „მეორე მსოფლიო ომის დროს რამდენიმე დანაყოფი შეიქმნა გერმანიის მხარეს მებრძოლი ქართველებისა. სომხებიც იბრძოდნენ, მაგრამ ქართული შენაერთები რაოდენობით მეტი იყო (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 09.10.2024)“.

ამკარაა, რომ საქართველო კონსტანტური მტრული დამოკიდებულებისა და უნდობლობის სივრცეს წარმოადგენდა და აქ არსებული დიპლომატიური მანიპულაციები სხვადასხვა დონეზე მოქმედებდა, რაც 60-იანი წლებისთვის

განსაკუთრებით გამძაფრდა. ამის საპირისპიროდ, სომხეთი „მადლიერ ერად“ აღიქმებოდა, ვინაიდან ქვეყანაში ფართოდ იყო გავრცელებული აზრი, რომ რუსეთმა ისინი ომის/„გენოციდისგან“ „გადაარჩინა“, რაც საკმაოდ მყარ ნარატივს ქმნიდა.

რეგიონის მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ საბჭოთა პერიოდის დროს, ცხადია, მუდმივად იყო მცდელობა, შეესუსტებინათ ნაციონალიზმი. „ის ფაქტი, რომ საბჭოთა პერიოდში ქართულ პრესაში დასავლეთის დემონიზაცია მეტად ინტენსიური იყო, არ მიუთითებს სომხეთში ნაციონალიზმის დაბალ დონეზე, უბრალოდ ის თურქეთის/აზერბაიჯანისაკენ იყო მიმართული, ვინაიდან ნაციონალიზმს ყოველთვის ჰყავს ადრესატი. საქართველოს შემთხვევაში კი ნაციონალიზმის ყველა გამოხატულება, ზუსტადაც რომ, საბჭოთა რეჟიმისა და რუსეთის წინააღმდეგ იყო ორიენტირებული (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 11.10.2024).“

კონფლიქტოლოგის აზრით, სომხეთის შემთხვევაში მოცემული რაოდენობრივი განსხვავება გეოგრაფიულმა ლოკაციამ გამოიწვია - კერძოდ, მეზობელ ქვეყნებთან არსებული კონფლიქტის გამო მუდმივმა დამოკიდებულებამ რუსეთზე და შედეგად აღმოცენებულმა ნდობამ, რომელიც თანამედროვე პერიოდში გაქარწყლდა. ექსპერტების თქმით, შესაძლოა, დღევანდელ პერიოდში მოხდეს მანიპულაციური კონტენტის რაოდენობის გათანაბრება და რეფრეიმინგი, ვინაიდან სომხეთმა შეიცვალა პოლიტიკური კურსი. აღნიშნული ვარაუდი ჩვენმა რაოდენობრივმა შედეგებმაც დაადასტურა. გარდა ამისა, მოსაზრებას მხარს უჭერს სომხეთში ჩატარებული ბოლო კვლევა, რომლის მიხედვითაც 2023 წლიდან რუსეთის მიმართ მოსახლეობის ნდობის კოეფიციენტი მკვეთრად დაეცა, ხოლო ნეგატიური აღქმები ორჯერ გაიზარდა (IRI, 2024, გვ. 50)

- **მანიპულაცია ერების დასაპირისპირებლად**

ექსპერტების მიხედვით, საბჭოთა რეჟიმის შთამომავალი ინდივიდები აღიზარდნენ კონკრეტულ მოსაზრებებზე, რომელთა საშუალებითაც მანიპულირებენ გარე ძალები.

ისტორია ყოველთვის წარმოადგენდა გამორჩეულ ფაქტორს, რომელიც საკუთარ თავში აერთიანებდა „როგორც ნარატივს, ისე მანიპულატორს. საბჭოთა პერიოდში დიდი ყურადღება ექცეოდა ქართული კულტურის განვითარებას და ისტორიის შესწავლაზე ორიენტირებული ინსტიტუტების შენარჩუნებას, რაც,

ცხადია, გადაიღვარა პრესის ფურცლებზე იმ ნარატივით, რომ საქართველო უძველესი ისტორიისა და კულტურის ერია. ზუსტად ამ პერიოდში ჩნდება სომხურ-ქართული დავაც ანბანზე, ქრისტიანობის მიღებაზე და სხვა საკითხებზე. მაგალითად, ბალტიისპირეთის პრესაში მსგავსი დებატები წარმოუდგენელი იყო, ხოლო აქ - კავკასიაში, ეს შეიძლებოდა, რაც, ცხადია, გასაგები მიზნების გამო ხდებოდა (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 09.10.2024)“.

სოციალური ფსიქოლოგი ამ მოსაზრებას ეთანხმება და აღნიშნავს, რომ საქართველოსა და სომხეთში, გამორჩეული ნაციონალიზმისა და ისტორიის გამო, მანიპულაცია ზუსტად ამ მიმართულებით მუშაობდა - აღვივებდა ერთა შორის კონფლიქტს, რაც, ძირითადად, ფსევდო-პოზიტიური ინფორმაციის გავრცელებით ხდებოდა. მაგალითად, ექსპერტი იხსენებს „გაზეთებში ხშირად გამოქვეყნებულ ინფორმაციას, რომ საქართველო, პირობითად, მრეწველობაში მესამე იყო (რაოდენობრივმა კვლევამ დაადასტურა მსგავსი მანიპულაციების აქტიური გამოყენება); რომ ისტორიული ძეგლების რაოდენობით სომხეთი მეორე იყო და ა.შ. (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 23 ნოემბერი, 2024)“.

გასათვალისწინებელია, რომ ეს ისტორიული მანიპულაციები რეალურ, ლოგიკურ ფაქტებს ეფუძნებოდა, თუმცა ისინი კონტექსტიდან ამოგლეჯილი და გაზვიადებული იყო, მსგავსი დამახინჯებული ინფორმაციის გავრცელებას კი განსაკუთრებით უწყობდნენ ხელს. „შემდგომ პერიოდში უკვე საბჭოთა ცხოვრების წესი გახდა ღიად საუბარი საბჭოთა ძმურ ოჯახზე, ხალხების ერთობაზე, მაგრამ კონტექსტურად ყოველთვის არსებობდა ერების ერთმანეთთან დაპირისპირების მცდელობა, რათა მათ ერთი „პირი“ არ მოენახათ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 09.10.2024)“.

საინტერესოა ფსიქოლოგის შეხედულებაც, რომელიც ხაზს უსვამს საბჭოთა პრესის მანიპულაციების ექოს უკვე პოსტ-საბჭოთა პერიოდში, როდესაც იდეალების მსხვერვამ და ახალი საყრდენის ძიებამ საფუძველი ჩაუყარა დაპირისპირებებს სამეზობლოშიც. „ამის მიზეზს წარმოადგენდა ფსევდო-იდეალური გარემოებიდან გამოსვლის შემდეგ რაიმე პოზიტიურის შენარჩუნების საჭიროება, რასაც საზოგადოება ნაციონალიზმზე კონცენტრირებით ცდილობდა. შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ წლების განმავლობაში საბჭოთა წნეხით ჩახშობილმა

ნაციონალიზმმა უცებ იფეთქა და ხალხმა ერთი უკიდურესობიდან მეორეში გადაინაცვლა“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024).

- **მანიპულაციური მექანიზმები, ტიპოლოგია, მოქმედი ნარატივები და მათი ტრანსფორმაცია**

საბჭოთა პერიოდს ჰქონდა ერთი კონკრეტული მიზანი და მისწრაფება - ჩამოეყალიბებინა მონოლითური კომუნისტური საზოგადოება. შესაბამისად, მანიპულაციური მექანიზმებისა და ნარატივების აბსოლუტური უმრავლესობა ამ მიმართულებით გამოიყენებოდა. ამჟამად, თუ დავაკვირდებით სომხეთისა და საქართველოს შიდა პოლიტიკურ სივრცეებში გარე ინფორმაციულ ჩარევებს, აშკარაა, რომ ნარატივები ბევრად სწრაფად იცვლება. ეს სისწრაფე, ცხადია, ადამიანის ფსიქოტიპის ტრანსფორმაციამ, ტექნოლოგიურმა განვითარებამ და ინფორმაციისადმი ხელმისაწვდომობის ზრდამ გამოიწვია.

მედიაექსპერტის თქმით, დღეს ამ ორ ქვეყანაზე მესამე ძალის ინფორმაციული ზეწოლა საკმაოდ ძლიერი და კომპლექსურია, იმის გათვალისწინებით, რომ რუსეთს უკვე ლოკალურ დონეზე - სომხურ და ქართულ ენებზე აქვს ნათარგმნი მედიაკონტენტი (მაგალითად, „სპუტნიკი“). გარდა ამისა, გამოიყენება ჰიბრიდული ომის მეთოდები: ტროლების და ბოტების ფაბრიკები, რომლებიც ქმნიან ინფორმაციულ ტალღებს, რითაც საფუძველი ეყრება კონკრეტულ ნარატივებს რეგიონის ვითარების და ინტერესის გათვალისწინებით. თუმცა, ხაზგასასმელია ისიც, „რომ მანიპულაციური მექანიზმების უმეტესობა საბჭოთა ყალიბზე შექმნილი და ძველმოდურია“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 24 ნოემბერი, 2024).

ერთ-ერთი ექსპერტი მიიჩნევს, რომ მანიპულაციური მექანიზმები ხშირად არ იცვლება - ამისათვის დეკადებია საჭირო. თანამედროვეობაში ეს ცვლილება ტექნოლოგიურ განვითარებას უკავშირდება. ძირითადად, მოცემულობიდან გამომდინარე, იცვლება ნარატივი, თემა და მიმართულება. ამ ნარატივს, როგორც უკვე ითქვა, განსაზღვრავს პოლიტიკური ინტერესი და მიზანი, რის გამოც იზრდება ან მცირდება მანიპულაციების გამოყენების სიხშირე.

„საბჭოთა პერიოდის ანალიზისას ვაწყდებით ისტორიით მანიპულაციის მცდელობას სხვადასხვა ცრუ ნარატივის გამოყენებით. ხშირად, ეს ნარატივები ფაქტებს არ ეფუძნება, მაგრამ იმდენად ხშირად ხდება მათი **გამეორება**

(**ჰიპოდერმიული ნემსის თეორია**), რომ რაღაც დონეზე, კონკრეტულ მასებში, ის ილექება - რამდენადაც აბსურდული შინაარსის არ უნდა იყოს იგი. მაგალითად, ასე ჩაინერგა ნარატივი, რომ აფხაზეთი და ოსეთი საქართველო არ არის, რისი შედეგებიც ყველასათვის ნაცნობია (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 15 ნოემბერი, 2024)“.

ფსიქოლოგი ხაზგასმით აღნიშნავს, რომ მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაცია დამოკიდებულია ადამიანის ფსიქოლოგიაზე და მოთხოვნებზე, რაც ცვალებადია. თანამედროვე პერიოდში მნიშვნელოვანი აკადემიური განხილვის საგანი გახდა მოსაზრება იმის შესახებ, რომ ინდივიდები დღეს უფრო ეგოცენტრულები არიან, ვიდრე საბჭოთა ეპოქაში, რადგან საბჭოთა კავშირში კოლექტივიზმი წარმოადგენდა ცენტრალურ იდეოლოგიას, რომლის პროპაგანდასაც სახელმწიფო ახორციელებდა განათლების, მედიისა და სხვ. მანიპულაციების მეშვეობით (Heller, 1988). იმ პერიოდში მოქალაქეებს მოუწოდებდნენ, პირად სურვილებზე მაღლა დაეყენებინათ საბჭოთა ეროვნული ინტერესები - ეს მათ მორალურ ვალდებულებას წარმოადგენდა.

თუმცა, თანამედროვე საზოგადოებებმა სულ უფრო მეტად გაითავისეს ინდივიდუალიზმი, რაც, ნაწილობრივ, გამოწვეულია გლობალიზაციით, საბაზრო ეკონომიკითა და ციფრული ტექნოლოგიებით (Twenge et al., 2008). ეს ცვლა ხაზს უსვამს პიროვნული ავტონომიისა და თვითრეალიზაციის მნიშვნელობას დღევანდელ რეალობაში და ამ რეალობის აბსოლუტურ წინააღმდეგობრიობას საბჭოთა პერიოდის კოლექტივისტურ ეთოსთან.

კრიტიკოსები ამტკიცებენ, რომ საბჭოთა ეპოქის კოლექტივისტური სულისკვეთება მომდინარეობდა არა ნამდვილი ალტრუიზმის, არამედ იძულებისაგან, რაც აჩენს კითხვებს საერთო საზოგადოებრივი ფასეულობების ავთენტურობის შესახებ (Fitzpatrick, 1999). ამის საპირისპიროდ, თანამედროვე ალტრუისტული აქტების ნებაყოფლობითი ბუნება ასახავს განვითარებად სოციალურ სტრუქტურებს, რომლებშიც არჩევანის თავისუფლება თანაარსებობს გაძლიერებულ ინდივიდუალიზმთან ერთად (Inglehart & Baker, 2000). საბოლოო ჯამში, კოლექტივისტური იდეალებიდან ინდივიდუალისტურ ტენდენციებზე გადასვლა კავშირშია უფრო ფართო სოციალურ-ეკონომიკურ და კულტურულ გარდაქმნებთან, რაც ხაზს უსვამს მოსაზრებას, რომ დროსთან ერთად იცვლება

ადამიანი და მისი საჭიროებები, ამ ცვლილებას კი ერგება მანიპულაციური მექანიზმებიც. ედვარდ ბერნეისმა საკუთარ წიგნში (1928) გააანალიზა ფსიქოლოგიური მანიპულაციების კონცეფცია და აღწერა ის, როგორც ძლიერი ინსტრუმენტი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებასა და კოლექტიურ ქცევაზე გავლენისთვის.

ნიშანდობლივია, რომ საბჭოთა პერიოდში, მანიპულაციების არაერთგვაროვნებისა და მრავალრიცხოვნობის მიუხედავად, მათი გავლენებისა და წვდომის საზღვრები შეზღუდული იყო. ამას ადასტურებს ის ფაქტიც, „რომ არსებული ნაციონალიზმი მაინც ვერ ჩაიხშო“, „მაგრამ რუსეთის პოზიტიური და დასავლეთის დემონური პორტრეტი, ასე თუ ისე, შეიქმნა (ჩაწერილია: 11.10.2024)“. ექსპერტების თქმით, საბჭოთა მანიპულაციური მექანიზმები და, შესაბამისად, ნარატივები კომპლექსური იყო, თუმცა ისინი ორ მარტივ განზომილებად იყოფოდა: გმირი/წარმატებული საბჭოეთი და დემონი/არასტაბილური დასავლური სამყარო. „დღეს მედიამანიპულაციების გავლენები, თუნდაც სხვა ქვეყნის ინფორმაციულ სივრცეში, საკმაოდ გაზრდილია, რადგან, პირობითად, 50 000-ტირაჟიანი გაზეთი მილიარდი მკითხველის მქონე სოციალურ ქსელად იქცა (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 11.10.2024)“.

მეოცე საუკუნიდან გადამწყვეტი მნიშვნელობა მიენიჭა მედიას, „დღეს უკვე მას დაემატა განზომილება, რომელსაც ჰქვია სოციალური ქსელი (ინტერნეტი). ინტერნეტის, და მასთან ერთად მედიის, ევოლუციამ გამოაჩინა, რომ შესაძლებელია ადამიანის ფსიქიკის სტრუქტურის ორგანიზებულად შესწავლა, შემდგომში კი მისით მანიპულირება და მისი მეშვეობით ინდივიდის მართვა“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024).

ალგორითმის სისტემით თანამედროვე სოციალური ქსელი და პლატფორმები კაპიტალისტური ბაზრის პრინციპს ემსახურებიან - მომხმარებლის კედელზე მხოლოდ მისთვის საინტერესო ინფორმაცია ჩნდება. შესაბამისად, პიროვნება არაფერს ისეთს აღარ აწყდება, რაც ეჭვქვეშ დააყენებს მის მოსაზრებებს. „ამის შედეგია ის, რომ მომხმარებელი სოციალური მედიის გამოყენებისას კომფორტულად გრძნობს თავს და ბევრად მეტ დროს ატარებს იქ. ეს, თავის მხრივ, აქრობს მანიპულაციური მექანიზმების გამორჩეული დაგეგმვისა და შერჩევის საჭიროებას.

გარდა ამისა, ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, მანიპულაციები მეტად ხელმისაწვდომი და აქტუალური გახდა“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024).

ექსპერტების თქმით, ბოლო პერიოდში, გარე საინფორმაციო ჩარევის შედეგად, ორივე ქვეყნის დასავლური კურსისადმი გაძლიერებული სკეპტიკური დამოკიდებულებები შეიმჩნევა. მედიაექსპერტი აღნიშნავს, რომ, მაგალითად, სომხეთში რუსეთ-უკრაინის ომით მანიპულაცია არაეფექტიანია (ზემოთ გაანალიზებული თეთრი ფოსფორის შემთხვევისა და სომხური საზოგადოების მხრიდან ომის მოთხოვნის გამო). ეს ამ ორ ქვეყანას შორის არსებულ მნიშვნელოვან განსხვავებას წარმოადგენს, ვინაიდან საქართველოში რუსეთ-უკრაინის ომით მანიპულაცია მეტა-ნარატივის ნაწილი იყო. ამის საპირისპიროდ, მისივე თქმით, როგორც სომხურ, ასევე ქართულ მედიაში განსაკუთრებულად აქტუალურია ანტი-LGBTQ+ მანიპულაციები და არის მცდელობა, შეიქმნას პუტინის, როგორც ტრადიციების შემანარჩუნებლის ხატი: „ვფიქრობ, დღეს ეს ნარატივი ორივე ქვეყანაში ყველაზე გავლენიანი და ქმედითია“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024).

აქვე მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ექსპერტის მოსაზრება და კვლევის რაოდენობრივი მონაცემები სომხეთში არსებული ანტი-სამთავრობო ნარატივის შესახებ დაემთხვა. მედიამკვლევარი აღნიშნავს, რომ სომხურ პრორუსულ მედიაში დომინანტურია ისეთი ნარატივები, როგორებიცაა: „სომხეთს ჰყავს თურქული მთავრობა“ ან „პრემიერ-მინისტრი მართულია აზერბაიჯანის მიერ“.

დომინანტურია მუქარის შემცველი ეკონომიკური ომის ნარატივები, რაც გულისხმობს რუსეთის მხრიდან ბუნებრივი აირის ან/და ელექტროენერჯის მიწოდების შეწყვეტას, ლარსის საბაჟო პუნქტის დახურვას და სხვ. აქ მნიშვნელოვანია გაუღერდეს, რომ მანიპულაციებში „ყოველთვის არის სიმართლის მარცვალი, რადგან სხვაგვარად ის უბრალოდ ვერ იმუშავებს. ამის მაგალითია, ომის შიში, რომელიც არაფრიდან არ ჩნდება - არსებულ გამოცდილებას წარმოადგენს“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024 (სომეხი და ქართველი ექსპერტები). ეს გვანიშნებს, რომ მანიპულაციის ავტორი (მთავრობა ან კონკრეტული პირი) იყენებს და ეყრდნობა საზოგადოებაში არსებულ ბრაზს, ნეგატივს, ზიზღს ან

პირიქით. აქედან გამომდინარეობს, რომ ფსიქოლოგიური მანიპულაციები ემოციებზე აპელირებს (ეთოსი), რაც შეგვიძლია ცალკე ტიპოლოგიად ჩავთვალოთ მედიამანიპულაციების ანალიზის ჭრილში.

ერთ-ერთი ექსპერტის თქმით, ყველაზე ეფექტიანი მანიპულაციები ყოველთვის სიკვდილ-სიცოცხლის ცნებასთან ან ეკონომიკურ და სოციალური კეთილდღეობასთან არის დაკავშირებული. ეს ორი ნარატივი წარმოადგენს ადამიანის საბაზისო ინსტინქტის - **გადარჩენის** - ტრიგერს (გამალიზიანებელ „ლილაკს“), რაც თანამედროვე ადამიანზე მეტად მოქმედებს და ეჯაჭვება ისეთ საყოველთაო შიშს, როგორიცაა ომი (ჩანაწერი: 24 ნოემბერი, 2024).

პრესის მკვლევარი ისტორიკოსის თქმით კი, საბჭოთა პერიოდის მანიპულაციების გავლენები მეტად გამოჩნდა ქვეყნების დამოუკიდებლობის გამოცხადების შემდეგ. ამ მოვლენას, სოციალური ფსიქოლოგის მიხედვით, თან სდევს ფსიქოისტორიის ფენომენი - როდესაც ტრავმები და მეხსიერება თაობიდან თაობას გადაეცემა (ტრავმების ტრანსმისია) და გროვდება.

- **ისტორიით და მეხსიერებით მანიპულაციის ძალა და გავლენა დემოკრატიზაციაზე**

თანამედროვე ეპოქაში მედია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს დემოკრატიული პროცესების ფორმირებაში, თუმცა იგი ასევე ძლიერი ხელსაწყოა მანიპულაციისთვის. ამერიკული დემოკრატიის შესახებ ნაშრომში მეცნიერები განიხილავენ მედიის გავლენას პოლიტიკურ ქცევაზე, საკითხების კონკრეტული ჩარჩოებით წარმოჩენასა და საჯარო დისკურსის წარმართვაზე. პოლიტიკური ელიტა და სხვა დაინტერესებული ჯგუფები ხშირად იყენებენ მედიას ნარატივების გასაკონტროლებლად, საპირისპირო შეხედულებების დასათრგუნად და პოლიტიკური რეალობის შესახებ მცდარი წარმოდგენების შესაქმნელად, რითაც ასუსტებენ საზოგადოების ნდობას მედიის მიმართ და აფერხებენ რაციონალური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესებს. შესაბამისად, მედიის უკონტროლო მანიპულირებამ შეიძლება შეასუსტოს დემოკრატიული იდეალები, ჩამოაყალიბოს გათიშული, დეზინფორმირებული ელექტორატი და, საბოლოო ჯამში, მეტად მყიფე დემოკრატიული სახელმწიფო (Janda, Berry, and Goldman, 2012).

საერთაშორისო ექსპერტებისგან ვიგებთ, რომ პროპაგანდისტულ კამპანიებში თანმიმდევრულობისა და ფაქტობრივი სიზუსტის მაგიერ პრიორიტეტი ემოციურ ჩართულობას ენიჭება, რაც კარგად ჩანს რუსულ და სხვა პოპულისტურ ნარატივებში. მსგავს ემოციურობას ქმნის ისეთი იარაღები, როგორებიცაა ისტორიის გადაწერა და მისით მანიპულირება. ისტორია თავის თავში მეხსიერებას მოიცავს, ამიტომაც კოლექტიური ან ინდივიდუალური მეხსიერებით მანიპულაცია პოლიტიკური პროპაგანდის მძლავრი ინსტრუმენტია. ავტოკრატიულ რეჟიმებში ეს ხერხი ხშირად გულისხმობს ალტერნატიული ნარატივების გაქრობას. „გერმანიის დემოკრატიული რესპუბლიკის (აღმოსავლეთ გერმანია) და რუსეთის (საბჭოთა კავშირის) მაგალითები აჩვენებს, როგორ დომინირებს რეჟიმი კოლექტიურ მეხსიერებაზე შერჩევითი ისტორიებით, როგორებიცაა, მაგალითად, მხოლოდ საბჭოთა კავშირის მსხვერპლის ხაზგასმა ან მხოლოდ საბჭოთა გამარჯვებების აღნიშვნა მოკავშირეთა, მაგალითად, პოლონური არმიის წვლილის, უგულვებელყოფით (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 25 ნოემბერი, 2024)“.

თანამედროვე დეზინფორმაციის კამპანიებში ისტორიითა და მეხსიერებით მანიპულაცია ცენტრალურ ტექნიკად ჩამოყალიბდა, განსაკუთრებით პოლიტიკური და იდეოლოგიური კონფლიქტების კონტექსტში. მაგალითად, ისტორიული ნარატივების უტილიზაციის ნათელი მაგალითია რუსული პროპაგანდის მიერ 1774 წლის ქუჩუქ-კაინარჯის შეთანხმების ინტერპრეტაცია, რომელიც იმპერიამ ტერიტორიული მისწრაფებების მხარდასაჭერად და საზოგადოებრივი აზრის განსაპირობებლად გამოიყენა. როგორც ცოტნიაშვილი (2024) აღნიშნავს, მსგავსი მანიპულაციების შემთხვევები ერთეული არ არის, არამედ ისინი საქართველოს მსგავსი ქვეყნებისაკენ მიმართული ჰიბრიდული შეტევების განუყოფელი ნაწილია. ეს სტრატეგიები მოიცავს ისტორიული ფაქტების მიზანმიმართულ დამახინჯებას, რაც ნათლად ჩანს ოსეთის რუსეთის იმპერიაში ინტეგრაციის და შემდგომი ტერიტორიული დავების აღწერის მაგალითებზე. ასეთი მანიპულაციები ისტორიულ მეხსიერებასთან ასოცირებული სირთულეებით სარგებლობს, რაც ხელსაყრელ ნიადაგს ქმნის საზოგადოებაში დაბნეულობისა და პოლარიზაციის გასაღვივებლად. (Tsozniashvili, 2024).

მედიაექსპერტს მოჰყავს მაგალითი თუ როგორ უფლებელყო ევროპამ ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის დემოკრატიული პრინციპი და აკრძალა რუსული მედიაწყაროები. ეს აქტი გამართლებული იყო რუსული დეზინფორმაციის დამანგრეველი ეფექტებიდან გამომდინარე საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირების, ცრუ ნარატივების გავრცელებისა და დემოკრატიული ინსტიტუტების დესტაბილიზაციის კუთხით, განსაკუთრებით აქტიური გეოპოლიტიკური კონფლიქტის ფონზე. აღნიშნულის გარდა, არსებობს სხვა საშიშროებაც - ისტორიამ გვიჩვენა, რომ ტოტალიტარულ ქვეყნებში ხანგრძლივი მანიპულაციის ერთ-ერთ შედეგს ინტელექტის მასობრივი დაქვეითება წარმოადგენს. თავდაპირველად ეს ძალადობრივი ფორმით ხდება, შემდეგ კი პროცესი ისეთ სახეს იძენს, რომ ადამიანები უყოყმანოდ იჯერებენ მოცემულობას და მის მხარდასაჭერად წარმოსახვით ისტორიებს ქმნიან (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024). აღსანიშნავია ისიც, რომ მუდმივად მანიპულაციურ გარემოში ყოფნა აიძულებს სოციუმს გახდეს უმოქმედო და ნაკლებად კრიტიკული.

ექსპერტები თანხმდებიან, რომ ფიზიკურ განადგურებაზე მეტად ეფექტურია პროპაგანდის მეთოდების გამოყენებით შეცვალა ინდივიდის აზრები, შეხედულებები და მოგონებები. მსგავსი მანიპულაციები ავტორიტარული და ტოტალიტარული სახელმწიფოებრივი სტრატეგიების მთავარ იარაღებს წარმოადგენს. ისტორიკოსის თქმით, „თანამედროვე ერების ჩამოყალიბებაში უამრავი სხვადასხვა კომპონენტი იღებს მონაწილეობას, მათ შორის არის საერთო მეხსიერება. შესაბამისად, ეს მეხსიერებაც, როგორც ჩვენი იდენტობის ნაწილი, ერად ჩამოყალიბებაში ძალიან მნიშვნელოვან როლს თამაშობს (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 15 ნოემბერი, 2024)“. ამ კოლექტიური მეხსიერებით მანიპულირებისას იქმნება არაქვემდებარეობის ისტორიული ნარატივები, რომლებიც აზარალებს ქვეყანას და აფერხებს მისი განვითარების პროცესს. „წლების განმავლობაში საზოგადოება ეჩვევა რაღაც ჩარჩოებში ჩასმულ სტაბილურობას, ვინაიდან თავისი ჰაბიტატის შესახებ მხოლოდ პოზიტიურ ინფორმაციას იღებს. ცხადია, საკმაოდ რთულია ამ რეალობისაგან თავის დახსნა, მასზე უარის თქმა; იმის გააზრება, რომ ეს დადებითი მოცემულობა ფსევდო-პოზიტიური იყო (ჩანაწერი: 15 ნოემბერი, 2024)“.

ადამიანებს გააჩნიათ ერთგვარი ფსიქოლოგიური თავდაცვითი მექანიზმი. ის გვარდებს საფრთხეებს, რომლებიც მენტალურ ჯანმრთელობას ვნებს, თუმცა, ამასთანავე, ამ დაცვით მექანიზმს შეუძლია აგვარიდოს რეალობაც. მაგალითად, „საბჭოთა კავშირი რომ დაინგრა, სხვა უამრავ პრობლემას თან დაერთო საზოგადოების ღრმა მელანქოლიზაცია. ეს უკანასკნელი დაკავშირებული იყო იდეალების მსხვრევასთან, „დალაგებული“ რეალობის არევისთან, პროფესიებისა და სამსახურების დაკარგვასთან. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდგომ და დამოუკიდებელ სახელმწიფოდ ჩამოყალიბების ტრანზიციულ პერიოდში სოციუმმა, დისტრესის გამო, ერთობლივად უარყო წარსული რეალობა, ვერ გადააფასა განვლილი ცოდნა და გამოცდილება, რამაც, საბოლოო ჯამში, ავნო ქვეყანას და მისი განვითარება შეაფერხა (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024)“.

საქართველოსა და სომხეთში არსებული იდეალების მსხვრევის ფენომენი თავისთავად მოიაზრებს ფაქტს, რომ არსებობდა მტკიცე პოზიტიური კავშირები საბჭოთა კავშირის იდეალისტურ ილუზიასთან. მაგალითად, საბჭოთა ეპოქის მიღწევების ხშირი და სისტემატური განმეორება ინდივიდებში სიამაყის გრძნობას აღძრავდა და მათ წარსულ სტაბილურობასა და კეთილდღეობას მოაგონებდა. ზოგადად, განმეორებადობა აძლიერებს ემოციურ ნარატივებს და იწვევს ნოსტალგიას, „მეხსიერების კვება“ კი ქმნის მომავლისაკენ მიმართულ პერსპექტივას, რომელიც ინდივიდს წარსულ დიდებაში დაბრუნებას ჰპირდება.

ექსპერტის აზრით, ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა საქართველო, „დადებითი და უარყოფითი ისტორიული აღწერილობების მონაცვლეობა იწვევს დაბნეულობას და ართულებს სტაბილური ეროვნული იდენტობის ჩამოყალიბებას. ისტორიული შეუსაბამობები, როგორებიცაა ომებსა და რუსეთთან შეთანხმებებზე წინააღმდეგობრივი ნარატივები, ართულებს სწორი ერთიანი კულტურული მეხსიერების ფორმირების მცდელობას“ (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 21 ნოემბერი, 2024), ეს უკანასკნელი კი აუცილებელია დემოკრატიული და კონსოლიდირებული საზოგადოების ჩამოსაყალიბებლად.

- **ცრუ-პოზიტივი, როგორც ახალი მანიპულატორი და მისი გავლენა საზოგადოებაზე**

ექსპერტები თანხმდებიან, რომ ფსევდო- ან ცრუ-პოზიტივი შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც ახალი და საკმაოდ ქმედითი მანიპულატორი. ფსიქოთერაპევტების თქმით, საზოგადოების მოთხოვნები შეიცვალა, თუ ადრე ინდივიდს მეტად აინტერესებდა ზოგადსაკაცობრიო საკითხები, დღეს ადამიანი მეტად ეგოისტურია და საკუთარ სიამოვნებასა და გართობაზეა ორიენტირებული. ეს უკანასკნელი დღის წესრიგში აყენებს უკვე „სიამოვნებებით“ ანუ პოზიტივით მანიპულაციას, რასაც შესაძლოა ბევრად მეტი ეფექტები ჰქონდეს მომავალში.

მნიშვნელოვანია ექსპერტების მოსაზრებაც იმის შესახებ, რომ ნეგატიური მანიპულაციის ეფექტი არის წამიერი და მოკლევადიანი, რადგან მწირია ნეგატიური ემოციების გახსენების სურვილი. ამავდროულად, ფსევდო-პოზიტიური მანიპულატორების გააქტიურებას და დანერგვას სჭირდება დრო, თუმცა მას გრძელვადიანი ეფექტი აქვს, რადგან თუ ჩვენივე ცოდნას და გამოცდილებას დავეყრდნობით, სოციუმში დღესაც არიან ადამიანები, რომლებიც „საბჭოთა კავშირის ძველ დიდებას მისტირიან“. ფსიქოლოგიურად რომ შევხედოთ, ნებისმიერი იდეალიზაცია არაჯანსაღია, რადგან ის ადრე თუ გვიან განწირულია დევალვაციისთვის.

ეს უკანასკნელი მეტად მზარდს ხდის ცრუ-პოზიტივის ნეგატიურ გავლენებს საზოგადოებაზე, რადგან იგი „ნელი მოქმედების ბომბის პრინციპზეა აწყობილი“. კვლევაში ჩართული ფსიქოლოგების თქმით, ცრუ-პოზიტიური მანიპულაცია ადამიანებსა თუ ქვეყნებს უქმნის ილუზიებს. შემდეგ კი, თუ გაირკვა, რომ ეს „პოზიტიური ამბავი“ ყალბია, მათში, ვისაც ამის სჯეროდა, ისადგურებს პანიკა და იმედგაცრუება, რასაც, საბოლოო ჯამში, ნეგატიური გავლენისკენ მიყვავართ (რაც საბჭოთა კავშირის მსხვერვის შედეგად მივიღეთ). შემდეგ ეს პანიკა გადაეცემა სხვებს და მოიცავს ჯგუფებს. კვლევაში ჩართული ერთ-ერთი სოციალური ფსიქოლოგი აღნიშნავს, რომ ამ პანიკის პირობებში, მაგალითად, კოვიდპანდემიის დროს, მოსახლეობამ მიიღო გადაწყვეტილებები, რომლებიც შემდგომ იწინაა:

„საქართველოში ეს განსაკუთრებით მძიმედ არ დაფიქსირებულა, მაგრამ მაინც შეინიშნებოდა პანიკა. სხვადასხვა ყალბი ინფორმაციის გავლენით, ხალხმა დაიწყო

პროდუქტის და, მათ შორის ყველაზე ცუდის - „გადამრჩენელი“ წამლების - შესყიდვა. სხვა ქვეყნებში ეს უფრო თვალსაჩინო იყო, ვინაიდან თითქმის დაიცალა სუპერმარკეტები (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 23 ნოემბერი, 2024)“. ექსპერტი ასევე აღნიშნავს, რომ პანიკას მოქმედება ახასიათებს. ამიტომ არსებობს მეორე მხარეც - ფსევდო-პოზიტივი, რომელიც მნიშვნელოვანია იმისთვის, რომ საზოგადოებამ არ დაიწყოს ირაციონალურად მოძრაობა და აზროვნება, როგორც ეს მოხდა ამერიკაში - პროდუქტის არარეალური პოტენციური დეფიციტის შიშით დაცლილი მაღაზიების შემთხვევაში. მსგავს ცრუ-პოზიტივს ვაწყდებით სომხეთშიც 44-დღიანი ომის პირობებში, როდესაც სომხეთის მთავრობა საზოგადოებას ამშვიდებდა და აჯერებდა, რომ პოზიციებზე მყარად იდგნენ (ამას ქართული წარსულიც გვახსენებს).

მეცნიერის თქმით, ეს ტაქტიკა საბჭოთა პროპაგანდის ნაწილი იყო და განსაკუთრებით ცივი და მეორე მსოფლიო ომების დროს გამოიყენებდა, თუმცა მას კონკრეტული სახელი ან განმარტება არ ჰქონია. როდესაც საბჭოეთი ტერიტორიებს კარგავდა, მმართველი რგოლი ამას არ ამჟღავნებდა, რათა ხალხს მხნეობა და იმედი არ დაჰკარგოდა და, ამავდროულად, ჯარში პანიკა არ გაჩენილიყო.

„რაღაც დოზით, ეს ცრუ-პოზიტივიზმი საჭიროცაა და აი, ასეთ შემთხვევებში, დადებითად მოქმედებს კიდეც - ძალას მატებს საზოგადოებას. სხვა შემთხვევაში ეს უკვე მავნებლობაა. ეს დამოკიდებულია გაყალბების საკითხზე. შეიძლება დავასკვნათ, რომ აუცილებელია მოხდეს რეფრეიმინგი. თუ არ გვინდა, რომ პანიკა გამოვიწვიოთ, რაც ეს სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, მაშინ დასაშვებია, მცირე დოზით, თუნდაც ყალბი პოზიტივის შემოტანა (პირისპირი ინტერვიუ - ჩაწერილია: 23 ნოემბერი, 2024)“.

ის ასევე აღნიშნავს, რომ გაურკვეველ სიტუაციაში, ანუ „საალბათო“ შემთხვევებში, ძალიან მნიშვნელოვანია პოზიტიური ინფორმაციის მიღება. ეს ხშირად ხდება ომის ან კატასტროფების დროს, როდესაც უნდათ, რომ ხალხში პანიკამ არ დაისადგუროს. ამაში ხშირად დამხმარეა პოზიტიური სახით მიწოდებული ცრუ ინფორმაცია. ადამიანები ამ დროს განსაკუთრებით ცდილობენ, რაღაც პოზიტიური დაინახონ.

სიღრმისეულმა ინტერვიუმ გვაჩვენა, რომ ძირითადი მანიპულაციები აგებულია პირველადი ინსტინქტების ბაზაზე, რაც უპირველესად შიშთან არის

დაკავშირებული. შესაბამისად, საქმე გვაქვს ინდივიდების ემოციებზე დამყარებულ ფსიქოლოგიურ მანიპულაციებთან. მათი გამოყენებით ზეგავლენა ხდება ადამიანის ინდივიდუალურ არჩევანსა და მასათა კოლექტიურ ქმედებებზე ისე, რომ საზოგადოება ხშირად ვერც ხვდება, რომ მანიპულაციის მსხვერპლია.

კვლევაში ჩართული ექსპერტების მსჯელობამ განამტკიცა ფსევდო-პოზიტივის, როგორც ახალი მანიპულატორის კვლევის აუცილებლობა. მათი ინტერვიუებიდანაც ჩანს, რომ მსგავსი მანიპულაციური მექანიზმები ყველა დროში გამოიყენებოდა საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოსახდენად.

6.1 ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები: ხასიათი და ტიპოლოგია

თანამედროვე მედიალანდშაფტში მანიპულირება საკმაოდ დაიხვეწა, თუმცა არსებული კვლევის ფარგლებში ჩვენ ამოვიცანით მანიპულირების კერძო სახე - ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაცია, რომელიც, ამჟამადაც კი, ერთ-ერთი ყველაზე შეუსწავლელი კატეგორიაა.

პოზიტიური ინფორმაცია გაანალიზებულ საბჭოთა პრესაში 6519 პუბლიკაციას შეადგენს (მთლიანი პუბლიკაციების 88%-ს). ციფრულ ეპოქაში (2020-დან 2023-მდე) ფსევდო-პოზიტივის ჭარბი რაოდენობა შეიმჩნევა სომხურ “Iravun.com”-ზე. ამასთანავე, 150 პუბლიკაციიდან 56 არის პრორუსული (37%). აღსანიშნავია, რომ პოზიტიური შინაარსი მხოლოდ პრორუსული მიმართულებით გვხვდება. ამავდროულად, ქართულ „geworld“-ზე პოზიტიური ამბების რაოდენობაა 35 (23%). აღნიშნული ციფრები ცხადყოფს, რომ ფსევდო-პოზიტივი როგორც საბჭოთა პერიოდში, ასევე ახლაც ქმედითი მანიპულატორია, თუმცა მისი ამოცნობა ბევრად რთულია.

ტრადიციული მანიპულაციური სტრატეგიებისგან განსხვავებით, რომლებიც ეყრდნობა შიშს, ბრაზს ან სარგებლობს განხეთქილებით და შუღლით, ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები კეთილგანწყობის ან ოპტიმიზმის ნიღაბს იყენებს სასურველი დღის წესრიგის შესაქმნელად. ეს ტაქტიკა შესამჩნევია როგორც რეკლამებში, ისე პოლიტიკურ დისკურსსა და სოციალურ მედიაში. მიუხედავად იმისა, რომ ამ ტიპის მანიპულაციების ტონი ამაღელვებელი ჩანს, მათი ძირითადი ზრახვები ხშირად ძირს უთხრის კრიტიკულ აზროვნებას და ამახინჯებს სიმართლეს.

ფრეიმინგს გადამწყვეტი როლი აქვს ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების ეფექტიანობაში. ამბის კონკრეტული ასპექტის ფრთხილი შერჩევითა და ხაზგასმით

მედია აუდიტორიის მიერ ამ საკითხის სასურველი კუთხით აღქმასა და რეაქციის ფორმირებას ცდილობს. ფრეიმები ქმნიან ლინზას - რაკურსს, რომლის მეშვეობითაც მკითხველი კონტენტს შეიცნობს. ეს ლინზა წინა პლანზე სწევს პოზიტიურ ელემენტებს, ხოლო უარყოფით ასპექტებს თრგუნავს ან უგულვებელყოფს.

მაგალითად, მედიამ შესაძლოა გააშუქოს საკამათო საკითხი, ვთქვათ, ახალი მსხვილი ინფრასტრუქტურული პროექტი, მის პოტენციურ სარგებელზე აქცენტირებით - იქნება ეს სამუშაო ადგილების შექმნა თუ ეკონომიკური ზრდა, თუმცა არ ისაუბროს მის გრძელვადიანი სოციალურ ან ეკოლოგიურ შედეგებზე. ანალოგიურად, პოლიტიკური კამპანიები ხშირად იყენებენ ფრეიმინგს კანდიდატებისათვის დადებითი იმიჯის შესაქმნელად - ხაზს უსვამენ მათ მიღწევებს და მინიმუმამდე ამცირებენ ყურადღებას მათ წარუმატებლობებზე.

ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები ხშირად ფრეიმინგის სტრატეგიაზეა დაფუძნებული. თემების უნივერსალური ღირებულებებით - თავისუფლების, პროგრესის ან განვითარების იდეებით - გაჯერებით, გავლენას ახდენენ მასათა ემოციურ და კოგნიტიურ დონეზე. ეს მიდგომა აუდიტორიას ურთულეებს ნარატივში არსებული ფარული მოტივების ან შეუსაბამობების დანახვას.

ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების მექანიზმები

ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები მოქმედებს ტრადიციული მექანიზმების გამოყენებით, რომლებიც ფესვგადგმულია ადამიანის ფსიქოლოგიაში. ერთ-ერთი მთავარი მექანიზმია პათოსი - ემოციური მოწოდება (emotional appeal), განსაკუთრებით კი იმედის, სიამაყის ან ალტრუიზმის გრძნობების გამოყენება. მაგალითად, საბჭოთა კავშირში სოფლის მეურნეობის მუდმივად ზრდადი მოსავლიანობის გაშუქება ან საბჭოთა ქვეყნებში საუკეთესო ცხოვრების ხარისხის არსებობაზე საუბარი; თანამედროვეობაში, მაგალითად, რუსეთის უსაზღვრო სამხედრო შესაძლებლობების ხაზგასმა; რუსული ვაქცინის დადებით შედეგებზე აქცენტირება; პუტინზე, როგორც სომეხი დევნილების მფარველზე საუბარი და სხვ.

მეორე მხრივ, მექანიზმი მოიცავს ნებისმიერი ცნების ზედმეტად გამარტივებას და გადაჭარბებულ განზოგადებას. კომპლექსური და მნიშვნელოვანი საკითხები დაყვანილია მინიმალურ ოპტიმისტურ ნარატივებამდე, რომლებიც ემოციურად

ქდერს, მკითხველზე მოქმედებს, მაგრამ სისტემურ რეალობას ვერ აგვარებს, რაც მას ფსევდო-პოზიტიურ ნარატივად აქცევს.

ტაქტიკა მანიპულაციების უკან

ფსევდო-პოზიტიურ მანიპულაციებში გამოყენებული ტაქტიკა მიზნად ისახავს სკეპტიციზმის დახვეწილად განიარაღებას და კეთილგანწყობის/ოპტიმიზმის და ემპათიის გრძნობების გააქტიურებას. მაგალითად:

- დატვირთული ენა (Loaded language): სიტყვები, როგორებიცაა "გაძლიერება", "გარდაქმნა", "ინოვაცია", „საუკეთესო“, „პროგრესული“ ხშირად გამოიყენება პოზიტიური ემოციების გამოსაწვევად მხარდამჭერი არგუმენტაციის გარეშე;
- ავტორიტეტსა და ღირებულებებზე აპელირება (Appeals to authority and values): მანიპულატორები ცდილობენ საზოგადოება დაარწმუნონ პოზიტიური შეტყობინებების სისწორეში ამ საკითხის სანდო ფიგურასთან ასოცირებით - ანუ, თუ საკითხზე ვინმე ავტორიტეტულმა ისაუბრა, მაშინ ის მართალი უნდა იყოს;
- შერჩევითი ჩარჩო (ფრეიმინგი): ყოველთვის ხაზგასმულია დადებითი შედეგები, ხოლო უარყოფითი ასპექტები ან კომპრომისები უგულვებელყოფილია, რაც ქმნის რეალობის დამახინჯებულ აღქმას.

ეს ტაქტიკა შეესაბამება უფრო ფართო მანიპულაციურ ჩარჩოებს. ოპტიმიზმის არასწორ ინფორმაციასთან შერწყმით, ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები ეფექტიანად და, რაც ყველაზე საშიშია, თითქმის შეუმჩნეველად, შლიან ზღვარს ნამდვილ ინფორმაციასა და ტყუილს შორის.

ზემოქმედება და შედეგები

ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების ერთი შეხედვით დადებითი ბუნება მათ განსაკუთრებულად საშიშს ხდის:

ასუსტებს კრიტიკულ აზროვნებას: აუდიტორია ნაკლებად სვამს კითხვებს ისეთი ინფორმაციის შესახებ, რომელიც მის ღირებულებებს ან მისწრაფებებს შეესაბამება, რაც იწვევს დამახინჯებული ნარატივების კრიტიკის გარეშე მიღებას;

უთანასწორობის გახანგრძლივება: სისტემური საკითხების ზედაპირული გადაწყვეტილებებით შენიღბვის შედეგად, ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები

ხშირად აძლიერებს არსებულ მთავრობას/ხელისუფალს და არ უქმნის მათ გამოწვევას;

ძირს უთხრის ნდობას: ფსევდო-პოზიტივის გამოვლენის შემდეგ, ამ ტაქტიკამ შეიძლება გამოიწვიოს ფართო იმედგაცრუება ინსტიტუტების მიმართ, რაც აზიანებს ლეგიტიმური ძალისხმევის სანდოობას.

იქიდან გამომდინარე, რომ საკვლევ პერიოდად შერჩეული ორივე ეტაპისთვის აქტუალური და აქტიური იყო ფსევდო-პოზიტიური ინფორმაცია (იხ. ქვეთავი: ცრუ-პოზიტივი საბჭოთა პრესაში: პროპაგანდა თუ ახალი მანიპულატორი?), მიგვაჩნია, რომ ეს უკანასკნელი წარმოადგენს პრორუსული მანიპულაციის და FIMI-ის მთავარ სტრატეგიას პოსტსაბჭოურ ქვეყნებში, ჩვენ შემთხვევაში, სომხეთსა და საქართველოში. ამ ქვეყნების მოსახლეობაში არსებობს კოლექტიური მეხსიერება „წარსული სიდიადის“ შესახებ, რაც ჰიპოდერმიული ნემსის პრინციპით წლების განმავლობაში მოქმედებდა საზოგადოებაზე, ხოლო, თანამედროვეობაში, სუბლიმინალური შეტყობინებების ხარჯზე მარტივად იღვიძებს.

- **ჰიპოდერმიული ნემსის თეორია და ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები**

კვლევისთვის ჩვენ მიერ შერჩეული ჰიპოდერმიული ნემსის თეორია სასარგებლო ჩარჩოს გვთავაზობს იმის გასაგებად, თუ როგორ შეიძლება ფსევდო-პოზიტიურმა მანიპულაციამ მიზნებს მიაღწიოს. თეორიის აქცენტი მედიის გზავნილების პირდაპირ და ძლიერ გავლენაზე ზუსტად შეესაბამება ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების სტრატეგიას, რაც კრიტიკული აზროვნების დაქვეითებას გულისხმობს.

ჰიპოდერმიული ნემსის თეორიისა და ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების კვეთა და ერთიანი აღქმა გვაფიქრებს თანამედროვე საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების მნიშვნელობაზე. მიუხედავად იმისა, რომ დღევანდელი აუდიტორია უფრო მრავალფეროვანი და კრიტიკულია, ვიდრე ადრეული - მედიათეორეტიკოსების მიერ წარმოდგენილი პასიურად მიმღები სოციალური, სწრაფად განვითარებადი ტექნოლოგიები მაინც მნიშვნელოვან გამოწვევებს აჩენს. ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების პოტენციალის აღიარებას სჭირდება მედიის დამაჯერებელი სტრატეგიების კრიტიკული გააზრება და იმ სოციალურ-პოლიტიკურ და ეკონომიკურ კონტექსტთა ცოდნა, რომელშიც გზავნილები

წარმოიქმნება. სკეპტიციზმის წახალისება, კრიტიკული აზროვნების განვითარება და მედიის გამჭვირვალობის ხელშეწყობა მნიშვნელოვანი ნაბიჯებია ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების ზეგავლენის შესამცირებლად.

მიუხედავად ისტორიული შეზღუდვებისა, ჰიპოდერმული ნემსის თეორია მნიშვნელოვან შეხედულებებს გვთავაზობს მედიის გავლენის დინამიკაზე, განსაკუთრებით, როდესაც მას ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციების პრიზმაში განვიხილავთ. იმის გაგება, თუ როგორ უვლის გვერდს მედია კრიტიკულ ანალიზს პირდაპირი და ემოციურად დატვირთული გზავნილებით, დაგვეხმარება, უკეთ აღვიქვათ და დავუპირისპირდეთ მანიპულაციური კომუნიკაციის სტრატეგიებს. ეპოქაში, რომელშიც ტექნოლოგიური განვითარებები ზრდის მანიპულაციების ფორმებს, მედიაწიგნიერებისა და კრიტიკული აზროვნების განვითარების ხელშეწყობა აუცილებელია, რათა აუდიტორიას შეეძლოს თანამედროვე კომუნიკაციის კომპლექსურ ლანდშაფტში ნავიგაცია.

6.2 მანიპულაციური ტექნიკების ტაქსონომია

საკვლევ პერიოდში ყველა ტექსტის, ფრაზების და მანიპულატორების გაანალიზების საფუძველზე, შეიქმნა მანიპულაციური ტექსტის ტაქსონომიის სქემა. ძირითად ღერძზე დალაგდა მთავარი მანიპულაციური მეთოდები, ხოლო მათგან გამოიყო ორ ან სამ კატეგორიად დაყოფილი მანიპულაციური მექანიზმები. ძირითადი მანიპულაციური ტექტიკები კი, შემდეგნაირად დახარისხდა:

23) სქემა NI: ძირითადი მანიპულაციური ტექტიკები



ამ მიმართულებების წამქეზებელი/მკვებავი მეთოდოლოგია კი შესაბამის ქვეკატეგორიებად შეგვიძლია დავალაგოთ, რაც საბოლოო ჯამში წარმოქმნის სრულ ტაქსონომიას. აქვე აუცილებელია ითქვას, რომ ტაქსონომია არის მეთოდი, რომელიც

გამოიყენება ობიექტების, ცნებების, ორგანიზმების ან სხვა ელემენტების კლასიფიცირებისა და კატეგორიზაციისათვის. ის გულისხმობს ერთგვაროვან სისტემატიზაციას, რომლის საფუძველზეც ჯგუფდება მსგავსი მახასიათებლების მქონე ელემენტები. ნიშანდობლივია ის, რომ ტაქსონომიის მთავარი მიზანია, კლასიფიკაცია იყოს მარტივი, გასაგები და სისტემატური, რათა ხელი შეუწყოს ინფორმაციის სწრაფად მოძიებას და გამოყენებას. მიგვაჩნია, რომ აღნიშნული თვისებების გამო, „მანიპულაციური ტექსტის ტაქსონომია“ ბევრი მკვლევრისთვის, მათ შორის ახალბედა სტუდენტებისთვის, სასარგებლო რესურსი გახდება.

24) ცხრილი N14: მანიპულაციური ტექსტის ტაქსონომია

მანიპულაციური საფუძვლები (ბაზა)	
<p>ქმედებისკენ მოწოდება (Call to Action):</p> <ul style="list-style-type: none"> • ემოციური ლოზუნგები; • გადაუდებლობის ან დროის სიმცირის ჩვენება; • განყენების ტრიგერები - Disengagement triggers (მაგ., "ეს არის ერთადერთი გამოსავალი"). 	<p>სუტყვების მანიპულაციური ფორმულირება:</p> <ul style="list-style-type: none"> • დატვირთული ენა; • გამეორება განმტკიცებისთვის; • გაზვიადება ან მინიმიზაცია; • ჩახლართულობა, გაურკვეველობა და დაბნეულობა.
შეტევითი ტექნიკები	
<p>პირადი რეპუტაციული შეტევები/ იგივე დემონიზაცია:</p> <ul style="list-style-type: none"> • კონკრეტული ეპითეტით მოხსენიება ან იარლიყის მიწებება - Name-calling or labeling; • ზრახვებსა თუ ხასიათში ეჭვის შეტანა; • დადანაშაულება ასოციაციების გამო; • ფარისევლობაში დადანაშაულება; • სანდოობის ან გამოცდილების ეჭვქვეშ დაყენება. 	<p>ჯგუფური ან კოლექტიური სამიზნე:</p> <ul style="list-style-type: none"> • სტერეოტიპირება ან „განტყვების ვაცის“ ძიება; • დისკრედიტაცია კოლექტიური დანაშაულის გზით.

ყურადღების გადატანის ტექნიკა			
<p>თემიდან ყურადღების გადატანა:</p> <ul style="list-style-type: none"> • საფრთხობელა არგუმენტები - Strawman arguments; • ყურადღების გადატანა - Red herring (არარელევანტურ ამბავზე ყურადღების გაფანტვა); • დიახ, მაგრამ... - Whataboutism (აქცენტის გადატანა სხვა საკითხებზე). 		<p>ინფორმაცია გადატვირთვის შესახებ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ძალიან ბევრი შეუსაბამო ინფორმაციის მიწოდება - ინფორმაციული ზედოზირება; • სწრაფი არგუმენტები აუდიტორიის გადატვირთვისთვის. 	
გამარტივების ტექნიკა (Simplification)			
<p>გადაჭარბებული გამარტივება:</p> <p>რთული საკითხების ზედმეტად გამარტივება მიზეზ-შედეგობრივი დასკვნების მისაღებად.</p>	<p>ცრუ დიქტომია, ცრუ დილემა:</p> <p>საკითხის მხოლოდ ორი არჩევანის ჩარჩოში ჩასმა („მაგალითად, ან ჩვენთან ხარ, ან ჩვენს წინააღმდეგ“).</p>	<p>გადაჭარბებული განზოგადება:</p> <p>ფართო და მნიშვნელოვანი დასკვნების გამოტანა შეზღუდული მონაცემებიდან.</p>	
მანიპულაციური არგუმენტაციის ტექნიკა			
<p>ავტორიტეტის გამოყენება:</p> <p>ავტორიტეტის ან ცნობილი ფიგურების ბოროტად გამოყენება.</p>	<p>აპელირება პოპულარულობით:</p> <p>ცნება - „ყველა ამას აკეთებს“.</p>	<p>აპელირება ღირებულებებსა და შიშებზე:</p> <p>სოციალური ნორმების გამოყენება ან მორალური პანიკის შექმნა.</p>	<p>აპელირება ნაციონალიზმსა და პატრიოტიზმზე:</p> <p>სიმბოლოების ან ენის გამოყენება ლოიალობის გამოწვევის მიზნით.</p>

აშკარაა, რომ თითოეული ეს ტექნიკა „რადციტ“ მანიპულირებს. თუ ამ ყველაფერს ეთოსის, პათოსის და ლოგოსის მიხედვით გავაანალიზებთ, აშკარა გახდება, რომ საქმე გვაქვს სამი ტიპის ძირითად მანიპულაციასთან:

- **ლოგოსი:** ტექნიკების ერთობლიობა, რომლებიც დაკავშირებულია ლოგიკურ მანიპულაციასთან (მაგ., ყურადღების გადატანა, „დიახ, მაგრამ...“);
- **პათოსი:** მანიპულაციები, რომლებიც აპელირებს ემოციებზე (შიში, რისხვა, იმედი);
- **ეთოსი:** ნდობისა და სანდოობის გამოყენება (მაგალითად, ავტორიტეტების სახეების).

ეს უკანასკნელი დაყოფა კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ ტექსტში მანიპულაციის მიზნით გამოიყენება რიტორიკული სიცრუე, რომელიც აძლიერებს მედიატექსტის გავლენას საზოგადოებაზე.

იქიდან გამომდინარე, რომ კვლევის ფარგლებში ყველაზე აქტუალური მანიპულატორი იყო ცრუ-პოზიტივი და დემონიზაცია ანუ რეპუტაციული შეტევები. გამოდის, რომ ყველაზე მეტად საბჭოთა პრესაში, ორივე ქვეყნის შემთხვევაში, მანიპულაცია ხდება ემოციურ დონეზე - პოზიტივით, შიშით. შესაბამისად, კვლევის ამ ნაწილში უკვე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საქართველოსა და სომხეთში გამოყენებული მანიპულაციების ტიპოლოგია საბჭოთა პერიოდში შემდეგნაირია:

- **ტიპოლოგია პათოსი:** მანიპულაცია ემოციურ/კოგნიტიურ დონეზე, რაც გულისხმობს იმას, რომ ძირითადად გამოიყენება ფსიქოლოგიური მანიპულაციების ბაზა. აღნიშნული ტიპოლოგია თავის თავში აერთიანებს, როგორც შიშით, ოპტიმიზმით და პოზიტივით მანიპულაციას ასევე შეტევის ტექნიკებს, რომლებიც ტაქსონომიის შესაბამის ნაცრისფერ სვეტშია ჩაშლილი.

თუმცა, ისმის კითხვა, რატომ ეკუთვნის დემონიზაციის ნაწილი პათოსს? კონკრეტული ეპითეტით მოხსენიება ან იარლიყის მიწებება - Name-calling or labeling შექმნილია იმისთვის, რომ გამოიწვიოს ძლიერი ემოციური რეაქციები, როგორცაა ბრაზი, შიში ან ზიზღი, დამამცირებელი ან **გამადიზიანებელი ენის (inflammatory language)** გამოყენებით. ემოციური მიმართვები გვერდს უვლის რაციონალურ

ანალიზს, რაც აუდიტორიას უბიძგებს აზრი ჩამოაყალიბონ გრძნობებზე და არა ფაქტებზე დაყრდნობით.

მაგალითი: პოლიტიკური ოპონენტების „მოღალატეებად“, „ფაშისტებად“, „ტერორისტებად“, „ექსტრემისტებად“, „უსამშობლო“ მოხსენიება საზოგადოების აღშფოთების გასაღვივებლად:

- აშშ: „კიდევ ერთი კანიზალი“ - (დანართი N25)“ - 1964 წლის N130;
- „პრეზიდენტმა რეიგანმა თეთრ სახლში შეხვედრა მოაწყო ემიგრანტ ნაპირლებთან...(დანართი N22)“ - 1964 წლის N70;
- „ფაშისტური უკრაინა ისევე დაიჩოქებს რუსეთის წინაშე, როგორც ფაშისტურმა გერმანიამ დაიჩოქა საბჭოთა კავშირის წინაშე“ (დანართი N76) - დეკემბერი 26, 2022;
- “რასიზმი კვლავ რჩება ამერიკელი საზოგადოების საფუძვლად” (დანართი N77) - აპრილი 10, 2020;
- ნიკოლ უსამშობლოს მორიგი „სახელფასო“ თაღლითობა და მანიპულაცია. გაგიკ ჰამბარიანი“ (დანართი N78)- 31 მაისი, 2022;
- ამორალურმა ფენომენმა (ფაშინიანი) სერჟ სარგსიანი კიდევ ერთხელ მოიხსენია და ეცადა მისთვის დაებრალეზინა არცახის საკითხი. ანა ჰოვნერი კაპიტულანტს“ (დანართი N79)-16 ივნისი, 2022.

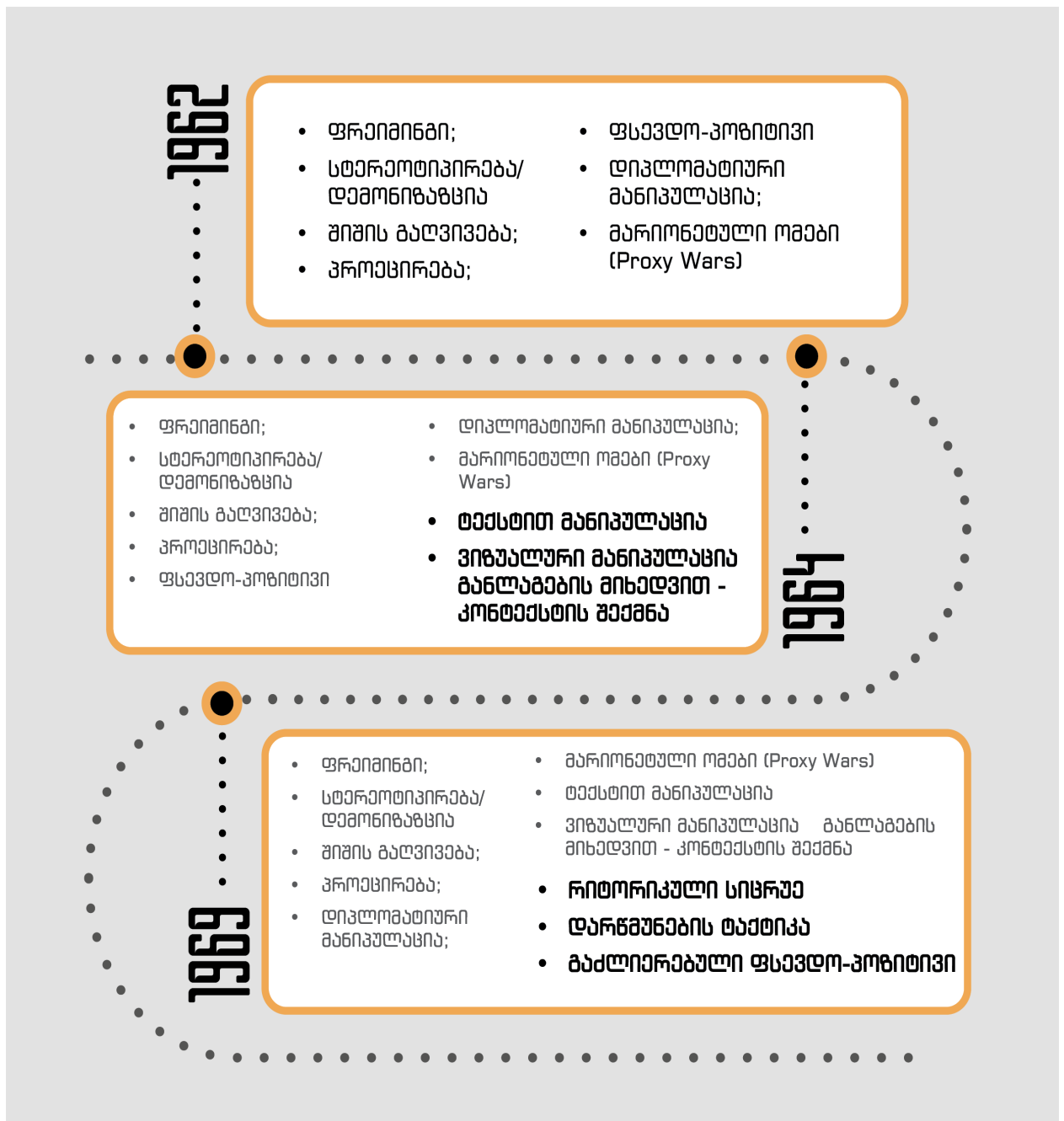
შესაბამისად აღნიშნული ტაქსონომია და ძირითადი ტიპოლოგიის დემონსტრაცია გვაძლევს კვლევის ერთ-ერთ მთავარ კითხვაზე პასუხის გაცემის საშუალებას. შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საკვლევი პერიოდის ორივე ფაზაში მანიპულაციები ეყრდნობა რიტორიკულ სიცრუეს, რაც თავის თავში ფსიქოლოგიურ ანუ ემოციებით მანიპულაციას გულისხმობს.

თუმცა, ამ ყველაფრის პარალელურად, მნიშვნელოვანია იმის დემონსტრაციაც, თუ წლების განმავლობაში როგორ ტრასფორმირდა თითოეული მანიპულატორი?

ტრანსფორმაცია

სამეცნიერო ლიტერატურის, ექსპერტების სიღრმისეული ინტერვიუს, თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევების ანალიზის, ასევე მანიპულაციური მექანიზმების ტაქსონომიის საფუძველზე, შეგვიძლია მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაცია ვიზუალურადაც გამოვსახოთ. ამ ფორმით მთავარი განსხვავებების და ევოლუციის აღქმა ბევრად მარტივი და ეფექტურია.

25) თაიმლაინი N1: მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაცია (საბჭოეთი)



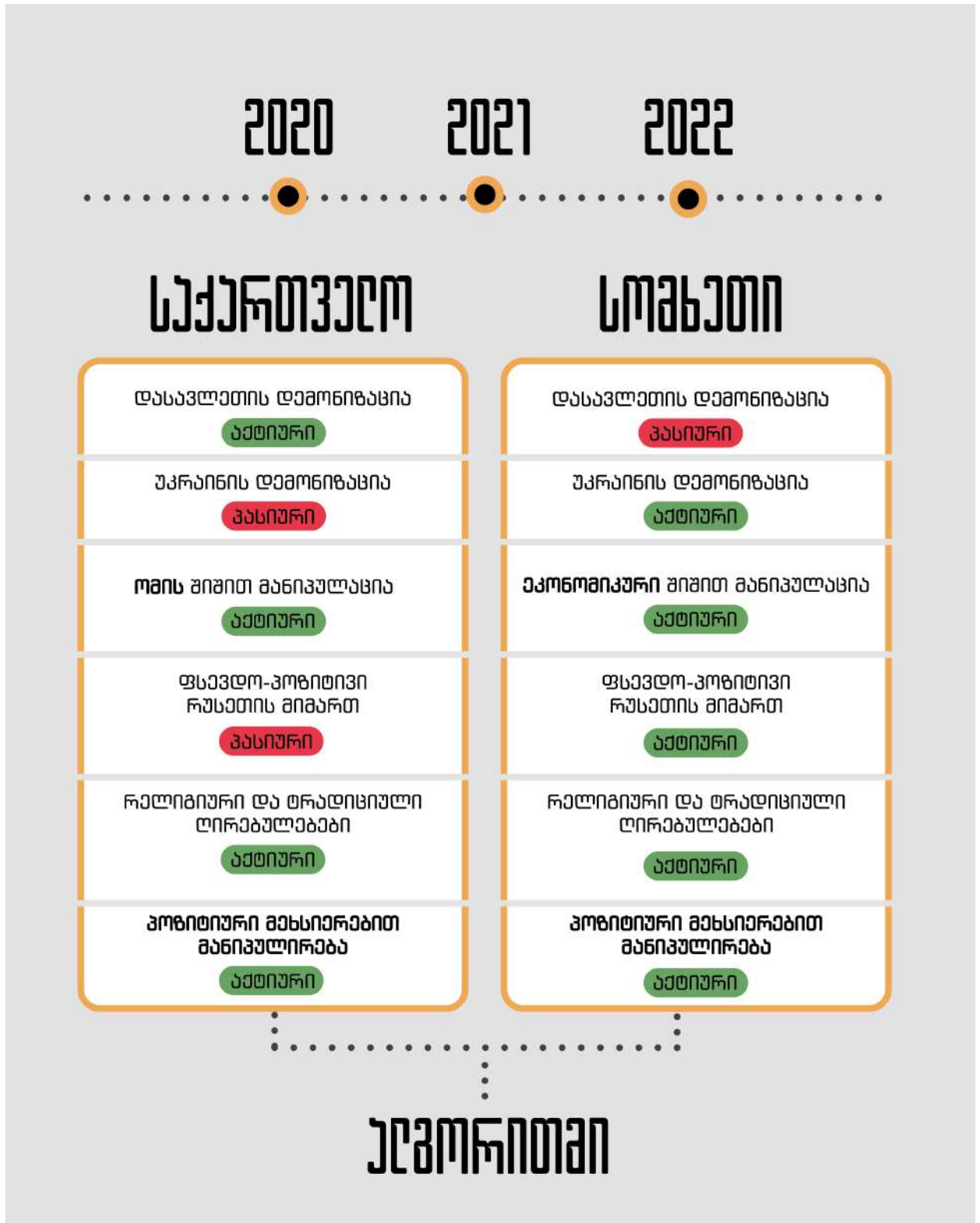
თითოეული წლისთვის „დროის რუკაზე“ გამოყოფილია იმ პერიოდისთვის გააქტიურებული მანიპულატორები. ამკარაა, რომ, ცივი ომის განვითარებასთან ერთად, მანიპულაციურ მექანიზმებსაც ყოველწლიურად ემატება ახალი მიმართულებები, რომლებიც იქმნება შესაბამისი ნარატივის ან შესაქმნელად ან გასაძლიერებლად. თუმცა, თუ გავიხსენებთ კონტენტ-ანალიზს და გავითვალისწინებთ იმ ნაწილში არსებულ დასკვნებს, შეგვეძლება გამოვყოთ ცივი ომის პერიოდში საბჭოეთში მოქმედი და ორივე ქვეყნისთვის იდენტური ერთი მეტა-ნარატივი:

- **საბჭოთა კავშირი, როგორც მშვიდობიანი და მეგობრული გაერთიანება, რომელიც ებრძვის იმპერიალიზმსა და კაპიტალიზმს**

ამავდროულად ამ მეტა-ნარატივის მკვებავი ნარატივებია:

- შეერთებული შტატები და ნატოს ქვეყნები, როგორც იმპერიალისტური ძალები, რომლებიც ცდილობენ, გამოიყენონ სუსტი ერები და ჩაახშონ სოციალისტური მოძრაობები;
- სსრკ, როგორც მთელს მსოფლიოში ჩაგრული ხალხების ქომაგი, რომელიც მხარს უჭერს ანტიკოლონისტურ და განმათავისუფლებელ მოძრაობებს აფრიკაში, აზიასა და ლათინურ ამერიკაში;
- დასავლეთის დადანაშაულება ყველა ომისა და კონფლიქტის გაღვივებასა და გლობალური არასტაბილურობის შექმნაში, მათ შორის ბირთვული იარაღის აქტიურად გავრცელების ხაზგასმით;
- სსრკ, როგორ ხელოვნების, ლიტერატურის, განათლების და მეცნიერების კერა.

ხაზი უნდა გაესვას იმას, რომ საბჭოთა პერიოდის სომხეთისა და საქართველოს პრესაში გამოყენებული მანიპულაციური მექანიზმები და ობიექტები, რაოდენობისა და ინტენსიურობის მიუხედავად, იდენტურია. მსგავსია მეტა-ნარატივიც. მაგრამ, ციფრულმა ეპოქამ და ბოლო წლებმა აბსოლუტურად განსხვავებული სურათი გვაჩვენა (იხ. ინფოგრაფიკა N1).



იქიდან გამომდინარე, რომ ბიჯი თითო წელია, თანამედროვე პერიოდში მანიპულაციურ მექანიზმებში დიდი განსხვავება არ იკვეთება, გარდა ბოლო პერიოდში ცალკე გამოყოფილი ალგორითმებისა. თუმცა, თვალსაჩინოა ერთი

რადიკალური განსხვავება: ინფოგრაფიკის მიხედვით (იხ. ინფოგრაფიკა N1), სომხეთში მანიპულაციები ბევრად მეტი მიმართულებით არის გააქტიურებული ბოლო წლებში, ვიდრე საქართველოში. ამავდროულად, ხშირად განსხვავდება აქტიური და პასიური მიმართულებები. სომხეთის შემთხვევაში, მაგალითად, ინტენსიურია უკრაინის დემონიზაციის (სომხეთი: n=32; საქართველო: n=23) მცდელობები, რომელიც წინა თავში უკვე გავაანალიზეთ. მაშინ, როდესაც საქართველოში ამ მიმართულებით დასავლეთი ლიდერობს (ანტიევროპული (n=34) და ანტიამერიკული (n=40) ნარატივები). პარალელურად, რადიკალურად განსხვავდება რაოდენობაში ანტიამერიკული (n=10) მანიპულაციები იქ არსებული სომხური დიასპორის გამო (მეტი ინფორმაციისთვის იხ. ცხრილები N2, N3), თუმცა, არის ლოგიკური მსგავსებებიც.

საკვანძოა პრორუსული ნარატივების რაოდენობის შედარებაც: საქართველოს შემთხვევაში, n=35 (პუბლიკაციების 23%), ხოლო, სომხეთში n= 56 (პუბლიკაციების 37%). ეს იმას შეიძლება ნიშნავს, რომ სომხეთში დღემდე მეტად აქტიურია პოზიტიური მეხსიერება სსრკ-თან და რუსეთთან მიმართებით, რადგან ამ ორი ქვეყნის ურთიერთობა, საქართველოსთან შედარებით, ბევრი მწვავე ეპიზოდით არ არის გაჯერებული. თუმცა, ის ფაქტი, რომ საქართველოშიც არსებობს პრორუსული მესიჯები, თანაც არც ისე ცოტა, ხაზს უსვამს ერთ მნიშვნელოვან მანიპულაციას – სუბლიმინალური შეტყობინებების გააქტიურებას, მარტივად რომ ვთქვათ, კოლექტიური მეხსიერებით და ისტორიით მანიპულაციას. ეს არის მეთოდი, რომლის საფუძველი ჩაიყარა საბჭოთა პერიოდში ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციებით, ხოლო დღეს ხდება იმ პოზიტიური მეხსიერების „გაღვიძება“. ზუსტად აქ ჩანს კვლევის ერთ-ერთი თეორიის - ჰიპოდერმიული ნემსის რელევანტურობაც.

სომხეთსა და საქართველოში სუბლიმინალური გზავნილები მედიასა და საჯარო დისკურსში ყალიბდება მათი საბჭოთა წარსულის, მიმდინარე გეოპოლიტიკური რეალობისა და კულტურული ნარატივების რთული მემკვიდრეობით. ეს მესიჯები დახვეწილად მოქმედებს და იდეოლოგიურ ან ემოციურ მინიშნებებს აერთიანებს კომუნიკაციის სხვადასხვა ფორმებში, რათა გავლენა მოახდინოს საზოგადოებაზე ამის გააზრების გარეშე. სუბლიმინალური გზავნილები, როგორც წესი, დაკავშირებულია ნოსტალგიასთან – მნიშვნელოვან

ემოციებთან: ბედნიერება, უსაფრთხოება ან შიში და უბედურება. თუმცა, ეს უკანასკნელი ნაკლებადაა, რადგან ნოსტალგიურობა პოზიტიურ წარსულში დაბრუნებას უფრო გულისხმობს.

კვლევამ აჩვენა, რომ თანამედროვე პერიოდში საქართველოსა და სომხეთში სუბლიმინალური გზავნილებიც სხვადასხვა მიმართულებით ვითარდება:

1. გეოპოლიტიკური განლაგება

დასავლეთთან ინტეგრაცია რუსეთის გავლენის წინააღმდეგ:

სომხეთი: სომხეთი ხშირად აწყდება ისეთ შეტყობინებებს, რომლებიც აძლიერებს რუსეთის დაცვის აუცილებლობას, განსაკუთრებით მთიანი ყარაბაღის კონფლიქტთან დაკავშირებით. სუბლიმინალური გზავნილები მოიცავს ხშირ ცნობებს რუსეთის ისტორიულ მხარდაჭერაზე ან დასავლური ალიანსების არასანდო განცხადებებზე;

საქართველო: პასუხისმგებლიანი მედია და საზოგადოება ხშირად იყენებენ ევროკავშირის დროშას, როგორც მათი არჩევანის სიმბოლოს, მაშინ, როდესაც პრორუსული მედია ხაზს უსვამს საბჭოთა ნოსტალგიას და წარსულის დიდებას.

ორივე ქვეყანაში სუბლიმინალური შეტყობინებები ხშირად ატარებს საბჭოთა ეპოქის ემოციურ რეზონანსს, ასახავს მას, როგორც სტაბილურობის, ინდუსტრიული პროგრესის ან კულტურული ერთიანობის პერიოდს. ეს შეიძლება გამოვლინდეს ნოსტალგიურ მუსიკაში, სიმბოლოებში ან საბჭოთა მიღწევების ხსენებაში (მაგ., კოსმოსის კვლევა, განათლება). შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს მნიშვნელოვანი დაკვირვებაა კვლევის ფარგლებში, რადგან საბჭოთა პრესამ თავის დროზე ჩასახა მანიპულაციები, რომელსაც მომავალში გამოიყენებდნენ. აღნიშნული გვადლევს საშუალებას დავასკვნათ, რომ ფსევდო-პოზიტიურ მანიპულაციებს გრძელვადიანი ეფექტი აქვს.

კვლევის ამ ნაწილში ასევე იკვეთება, რომ ისევე, როგორც საბჭოთა პრესაში, მანიპულაციები გამოიყენება მეტა-ნარატივის ან მკვებავი ნარატივის წასახალისებლად, რომელიც თანამედროვეობაში ორივე ქვეყნისთვის სხვადასხვაა:

საქართველო: დასავლეთთან (ევროკავშირში გაწევრიანება) შეერთების რისკები: კულტურული, რელიგიური ან/და ეკონომიკურ საფრთხეები.

მკვებავი ნარატივები:

- ევროპა ან/და ევროკავშირი ნიშნავს ტრადიციებზე უარის თქმას, LGPTQ+ თემის აღიარებას და მიღებას, რადგან აღვირახსნილობის სამშობლოა;
- დასავლეთმა „დაპირებული“ დახმარება არ გაუწია უკრაინას;
- ომი უკრაინაში დაიწყო ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა (პროეცირების მაგალითი);
- ევროკავშირში ან აშშ-ი მუდმივი ფინანსური კრიზისია;
- უკრაინა ცდილობს საქართველო ომში ჩართოს (ომის შიშით მანიპულაცია);

უკანასკნელი ნარატივი გულისხმობს საფრთხეს ქვეყნისთვის, შესაბამისად, გადის შიშით მანიპულაციაზე, რომელიც საქართველოს კონტექსტში სუბლიმინალური მეხსიერების გამააქტიურებელიცაა, საერთო მტრის ხატის არსებობის და ოკუპანტთან დამარცხებული ომის გამო.

ამავდროულად, იგივე მიზნის მქონე, თუმცა რადიკალურად განსხვავებული მეტა-ნარატივი გვხვდება სომხეთში:

ნიკოლ ფაშინიანი არის თურქეთის მხრიდან დანიშნული პრემიერ-მინისტრი და იგი ცდილობს, ყველაფერი ეროვნული და ტრადიციული წაშალოს, გაყიდოს სომხური მიწები ფსევდო-მშვიდობის იარაღად.

აღნიშნული მეტა-ნარატივი გულისხმობს ევროპული კურსის დაკნინებასაც, რადგან ეს უკანასკნელი, საქართველოს მსგავსად, გაიგივებულია ეროვნული ღირებულებების და ტრადიციების წაშლასთან (იხ. ინფოგრაფიკა N1, სადაც ორივე ქვეყნისთვის მანიპულატორი თანაბრად აქტიურია).

მეტა-ნარატივით თუ ვიმსჯელებთ, ნათლად ჩანს, რომ სომხეთში ომის შიშით მანიპულაცია ქმედითი არ არის, რადგან მოსახლეობას სხვა კავშირი აქვს ე.წ. ყარაბაღთან და იქ მთავარია „მზად ვართ ომისთვის“ რიტორიკა, რომელიც, ზუსტადაც რომ, გამოიყენება ნიკოლ ფაშინიანის საწინააღმდეგოდ, რადგან ეს უკანასკნელი ახლო მეხსიერებაა. სამაგიეროდ, სომხეთში ბევრად პოპულარულია ეკონომიკური შიშით მანიპულაცია, რადგან რუსეთი დღემდე რჩება ექსპორტის მთავარ სუბიექტად ქვეყანაში. თუმცა, აქვე უნდა ითქვას, რომ საბჭოთა პრესაში გამოქვეყნებული ტექსტები მეტად არის გაჯერებული სხვადასხვა სახის მანიპულაციით, რომლებსაც, როგორც დღევანდელი გადმოსახედიდან

ვანალიზებთ, უფრო ღრმა ეფექტი აქვს და აღმოსაჩენად საკმაოდ რთულია. თანამედროვე ტექსტებში კი აშკარაა ზედაპირულობა, რაც, შესაძლოა, სოციალური მედიის სისწრაფით არის გამოწვეული. აქვე ცხადი ხდება, რომ ნარატივების შერჩევა ხდება ერის კოლექტიური მეხსიერების საფუძველზე. ხოლო, მანიპულაციური მექანიზმები უკვე ერგება შერჩეულ ნარატივის.

ამ ყველაფერს თუ ბოლო წლებში გააქტიურებულ ალგორითმულ სისტემას დავუმატებთ, მივხვდებით, რომ დროთა განმავლობაში მანიპულაციური მექანიზმების უარყოფითი ტრანსფორმაცია იკვეთება, რადგან ისინი სულ უფრო საშიში ხდება. ალგორითმზე მომუშავე და ორიენტირებული პლატფორმების ზრდამ შეცვალა ინფორმაციის „გამოყენების“, გაზიარების და აღქმის ინდექსები. მიუხედავად იმისა, რომ ალგორითმები კომფორტულია პერსონალიზაციის მიმართულებით, ისინი იწვევენ მეცნიერების შფოთვის მედიამომხმარებლით მანიპულირების, განსხვავებული მოსაზრებების ბლოკირების და საზოგადოების ქცევების დინამიკის ჩამოყალიბების კუთხით.

ჯერ კიდევ 2017 წელს მეცნიერებმა დაადგინეს, რომ ამერიკის შეერთებულ შტატებში 2016 წლის არჩევნების დროს მილიონობით ყალბი ინფორმაციის გავრცელების საფუძველი ალგორითმებში იმალებოდა (Allcott and Gentzkow, 2017). ბენკლერი ხაზს უსვამს კონკრეტული სახელმწიფოების მიერ მართული დეზინფორმაციული კამპანიებისთვის გააქტიურებას ალგორითმების გამოყენებით. ავტორს მაგალითად მოჰყავს 2016 და 2020 წლებში რუსეთის ჩარევა აშშ-ის არჩევნებში რითაც ადასტურებს ალგორითმების გეოპოლიტიკურ გავლენას (Benkler et al., 2018).

გასაგებია, რომ 2017 წლიდან დღემდე ეს ტექნოლოგია კიდევ უფრო განვითარდა და მეტად „შეისწავლა“ ადამიანი. 2018 წელს ნობელმა გამოავლინა, თუ როგორ აძლიერებს ალგორითმი სოციალურ მიკროძოვებს. მაგალითად, საძიებო სისტემები არაპროპორციულად აწვდიდა მომხმარებელს გარკვეულ დემოგრაფიულ მონაცემებს, რაც ამძაფრებდა უთანასწორობას (Noble, 2019). უკვე 2019 წელს ზუბოფმა ხაზგასმით აღნიშნა, თუ როგორ ეფუძნება ალგორითმული სისტემები „სათვალთვალო კაპიტალიზმის“ მოდელს, იყენებს პერსონალურ მონაცემებს მომხმარებელთა და ამომრჩეველთა გადაწყვეტილებების ფარულად

მანიპულირებისთვის (Zuboff, 2019). 2023-ში მეცნიერები ალგორითმების მანიპულაციურ პოტენციალს განიხილავენ და ალგორითმების მანიპულირების ბუნებას „გულგრილობის ხედვას“ უწოდებენ. ამით ამტკიცებენ იმას, რომ ალგორითმი გულგრილია მომხმარებლით მანიპულაციის მიმართ.

NATO-ს უახლესი კვლევა, სოციალური მედიის მანიპულაციების მიმართულებით, ცხადყოფს თუ რამდენად მარტივი, იაფი, კომერციული და ხელმისაწვდომია დღეს სოციალურ მედიაში მანიპულაციური კამპანიების და სტრატეგიების განხორციელება. მკვლევრები ამტკიცებენ, რომ მანიპულირება ეყრდნობა სპეციფიკურ ანგარიშებს, რომლებსაც თითქმის არ აქვთ „კვალი“. „თუ ალგორითმები ვერ ამჩნევენ ამ ანგარიშების აქტივობას, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ავტომატურად აღმოაჩინონ მთავარი მოქმედი პირი (NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2023). აღნიშნული კვლევები გვაძლევს იმის წინასწარმეტყველების საშუალებას, რომ ტექნოლოგიურ განვითარებას მოჰყვება ახალი მანიპულატორების გაჩენაც, მედიამანიპულაციების მუტაციურ ხასიათს კი ჩვენი კვლევა ადასტურებს, რის გამოც აუცილებელია ახალი ცოდნით შეიარაღება მედიაეკოსისტემის დასაცავად.

დასკვნა

ნაშრომის მიზანი იყო იმის დადგენა, თუ რა ტიპის მანიპულატორებს იყენებდნენ საბჭოთა პრესაში, როგორ მოდიფიცირდა მათი მექანიზმები პოსტსაბჭოთა მედიაში, რა გავლენა იქონია სოციალურმა მედიამ მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაციაზე და რატომ მიმართავენ დღეს მედიამანიპულაციას. ასევე, გვსურდა, სომხური და ქართული მედიის მაგალითზე გვეჩვენებინა პოსტსაბჭოთა და თანამედროვე მანიპულაციური ელემენტების ძირითადი მსგავსებები და განსხვავებები, წარმოგვეჩინა მათი ტიპოლოგია და, ისტორიულ-შედარებითი ანალიზის შედეგად, დაგვედგინა ტექსტუალური და შინაარსობრივი მანიპულატორების გავლენები ქვეყნების დემოკრატიზაციაზე.

შესაბამისი საკვლევ კითხვების შემუშავებით, აკადემიური ლიტერატურის მიმოხილვით, მედიის კვლევების თეორიებისა და შერეული საკვლევ მეთოდოლოგიის შედეგების შესწავლით ნაშრომის დასკვნის ჩამოყალიბება და ყველა კითხვისათვის პასუხის გაცემა შესაძლებელი გახდა.

პირველი საკვლევ კითხვა მოიცავს საკვლევ პერიოდში გამოყენებული მანიპულაციური ინსტრუმენტების დადგენას (RQ1: რა სახის მანიპულაციურ ინსტრუმენტებს იყენებენ საკვლევ პერიოდში?). კვლევის ობიექტებიდან გამომდინარე, აშკარაა, რომ საბჭოეთში მანიპულაციის საუკეთესო ინსტრუმენტი იყო გაზეთი და, შესაბამისად, ის ტექსტები, რომლებიც გაზეთში იწერებოდა. ტექსტები აერთიანებდნენ მანიპულაციის სხვადასხვა მექანიზმს:

- ფრეიმინგი;
- სტერეოტიპირება/დემონიზაცია;
- შიშის გაღვივება;
- პროცირება;
- დიპლომატიური მანიპულაცია;
- მარიონეტული ომები (Proxy Wars);
- ვიზუალური მანიპულაცია განლაგების მიხედვით - კონტექსტის შექმნა;
- ტექსტით მანიპულაცია;
- რიტორიკული სიცრუე;

- დარწმუნების ტაქტიკა;
- ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები;
- სუბლიმინალური გზავნილები.

ამავდროულად, თანამედროვე ციფრული მედია ინტენსიურად იყენებს შემდეგ ინსტრუმენტებს, რომლებიც ასევე ტექსტებშია ჩაშენებული (იხ, ინფოგრაფიკა N1):

- შიშის გაღვივება;
- სტერეოტიპირება/დემონიზაცია;
- რელიგიური და ტრადიციული ღირებულებებით მანიპულაცია;
- ფსევდო-პოზიტიური მანიპულაციები;
- სუბლიმინალური გზავნილები - კოლექტიური მეხსიერებით მანიპულაცია.

ჩამონათვალზე დაკვირვებით შეგვიძლია პასუხი გავცეთ კვლევის მესამე შეკითხვას (RQ3: რამდენად განსხვავდება მანიპულატორების ტიპოლოგია და მათი გამოყენების სიხშირე სომხურ და ქართულ მედიაში?), რომელიც საფუძვლიანად გაანალიზებულია ქვეთავში - „5.3 მანიპულაციური ტექნიკების ტაქსონომია“.

იქიდან გამომდინარე, რომ საბჭოთა პრესაში კვლევის ფარგლებში ყველაზე აქტუალური მანიპულატორი იყო ცრუ- ან ფსევდო-პოზიტივი და დემონიზაცია ანუ რეპუტაციული შეტევები, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საბჭოთა პრესაში უხშირესად, ორივე ქვეყნის შემთხვევაში, მანიპულაცია ემოციურ დონეზე ხდება. ამავდროულად, კვლევის თანამედროვე ეტაპის მანიპულაციური ინსტრუმენტებიც იგივე მიმართულებით ცდილობენ საზოგადოებრივ აზრზე გავლენას შიშის გაღვივებით, რელიგიურ და ტრადიციულ ღირებულებებზე აპელირებით და კოლექტიური მეხსიერების მოხმობით ნოსტალგიის განცდის ამოსატივტივებლად. შესაბამისად, მყარად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოსა და სომხეთში გამოყენებული მანიპულაციების ტიპოლოგია იდენტურია და საბჭოთა პერიოდიდან ციფრულ ეპოქამდე შენარჩუნდა.

დადასტურდა, რომ ძირითადად გამოიყენება ფსიქოლოგიური მანიპულაციების ბაზა, რაც გულისხმობს მანიპულაციას ემოციურ/კოგნიტიურ დონეზე. აღნიშნული ტიპოლოგია თავის თავში აერთიანებს როგორც შიშით,

ოპტიმიზმით და პოზიტივით მანიპულაციას, ასევე შეტევის ტექნიკებს, რომლებიც ტაქსონომიის შესაბამის ნაცრისფერ სვეტშია გაანალიზებული.

შესაბამისად, საქართველოსა და სომხეთში უცხო ქვეყნის მანიპულაციები იდენტურად ეყრდნობა ფსიქოლოგიურ ბაზას, მაგრამ მათი გამოყენების სიხშირე კონკრეტულ პერიოდში ქვეყნის გეოპოლიტიკური მდებარეობის მნიშვნელობის და დასავლური კურსის აღების პარალელურად იცვლება. ექსპერტებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუს და უახლესი ლიტერატურის ანალიზის საფუძველზე, პასუხი გაეცა ზუსტად ამ უკანასკნელ ღია კითხვას (RQ4) - თუ რით არის გამოწვეული განსხვავებები ქვეყნების მედიალანდშაფტებში. სხვადასხვა დარგის მეცნიერებმა განმარტეს, რომ მანიპულაციის სიხშირეს და მიზნებსაც (RQ2) განაპირობებს პოლიტიკური ინტერესი, რომელიც, ცხადია, საბჭოთა პერიოდიდან დღემდე ხშირად იცვლებოდა. თუ წარსულში საქართველო იყო მანიპულაციების მთავარი სამიზნე, თანამედროვე გეოპოლიტიკურ სპექტრში, ფაქტობრივად, გათანაბრდა ეს პოლიტიკური ინტერესი და ექსპერტების თქმით, უკვე შეტევების ინტენსიურობა სომხეთის მიმართულებით იხრება. ეს უკანასკნელი გვამლევს იმის თქმის საფუძველს, რომ ქვეყნის პროდასავლური განცხადებები პირდაპირპროპორციულია უცხო ძალების მხრიდან მანიპულაციური მექანიზმების გააქტიურებისა, რომლის (RQ2: რა ძირითადი მოტივით იყენებენ მანიპულატორებს საკვლევ პერიოდში?) მიზანსაც წარმოადგენს კონკრეტული ნარატივების ჩამოყალიბება, პოპულარიზაცია ან გაძლიერება, საზოგადოებაში მათი ინიექცირება ჰიპოდერმიული ნემსის პრინციპით და ამით ხალხთა ერთიანობის, მედიის მიმართ ნდობის და დემოკრატიული ღირებულებების შესუსტება.

ეს დასკვნა საინტერესოა კვლევის მეხუთე კითხვასთან მიმართებით (RQ5) - თუ რა ნარატივები დომინირებს სომხეთსა და საქართველოში. კვლევამ ცხადყო (რაც მოსალოდნელიც იყო საბჭოთა რეჟიმის გათვალისწინებით), რომ საბჭოთა პრესა ორივე ქვეყნისთვის აყალიბებდა იდენტურ მეტა-ნარატივებს (რაც საფულისანად გაანალიზდა თავში - „ტრანსფორმაცია“). მაგალითად, კონკრეტულად, ცივი ომის პერიოდის ნარატივი ასე ჩამოყალიბდა:

საბჭოთა კავშირი, როგორც მშვიდობიანი და მეგობრული გაერთიანება, რომელიც ებრძვის იმპერიალიზმსა და კაპიტალიზმს.

მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენი კვლევის ობიექტი არ გახლავთ სსრკ-ის არსებობის სრული პერიოდის შესწავლა, მაინც უნდა აღინიშნოს, რომ, ცივი ომი მიმდინარეობისას დადგენილი ნარატივის გარდა, არსებობდა მთლიანად სსრკ-ის მეტა-ნარატივი, რომელიც კომუნიზმის იდეის ირგვლივ აერთიანებდა ერებს.

რაც შეეხება კითხვას - ტრანსფორმირდა თუ არა ციფრულ ეპოქაში ნარატივები, პასუხი არის ცალსახად - დიახ. იგივე, „ტრანსფორმაციის“ თავში, რომელშიც შეჯამებულია სიღრმისეული ინტერვიუების და პუბლიკაციების დისკურსის ანალიზის შედეგები, ნათლად ჩანს, რომ დღეს საქართველოსა და სომხეთში სხვადასხვა მეტა-ნარატივები მუშაობს.

საქართველო: დასავლეთთან შეერთება ან ევროკავშირში გაწევრიანება დიდი რისკების წინაშე დააყენებს ქვეყანას და გამოიწვევს კულტურულ, რელიგიურ ან/და ეკონომიკურ საფრთხეებს, ასევე ქვეყანას დააყენებს ომის წინაშე;

სომხეთი: ნიკოლ ფაშინიანი არის თურქეთის მხრიდან დანიშნული პრემიერ-მინისტრი და იგი ცდილობს ყველაფერი ეროვნული და ტრადიციული წაშალოს, გაყიდოს სომხური მიწები და უღალატოს ყარაბაღს ფსევდო-მშვიდობის იარაღით.

ცხადია, რომ ნარატივების შერჩევა ხდება ერის კოლექტიური მეხსიერების საფუძველზე. ხოლო, მანიპულაციური მექანიზმები უკვე ერგება შერჩეულ ნარატივს.

გარდა ნარატივების ტრანსფორმაციისა, კვლევის მთავარ მიზანს შეექვსე კითხვაზე პასუხი წარმოადგენს (RQ6) - როგორ ტრანსფორმირდა მედიამანიპულაციები საბჭოთა მედიიდან ციფრულ მედიამდე? თუ დავაკვირდებით საბჭოთა პრესის და ციფრულ მედიატექსტში გამოყენებული მანიპულაციური მექანიზმების ჩამონათვალს, მივხვდებით, რომ ამ მიმართულებით დეგრადაციასაც კი განიცდის მედიატექსტი. არ გვხვდება კომპლექსური მანიპულაციები, ყველა მანიპულაცია განკუთვნილია იმისთვის, რომ ეფექტი ჰქონდეს ახლა და აქ, მაშინ, როდესაც საბჭოთა პრესა ცდილობდა გრძელვადიან მანიპულაციას - საზოგადოების გონებაში „საბჭოთა დიდების“ იდეის ღრმად განმტკიცებას, ეს იდეა კი დღემდე გამოიყენება მეხსიერებით მანიპულაციისას. ამავდროულად, ნათელი ხდება, რომ მთავარი ტრანსფორმაცია ისევ და ისევ ტექნოლოგიურ წინსვლას ეხმიანება და გამოიყენება ისეთი მეთოდები, როგორებიცაა ალგორითმი, ე.წ. ბოტები და

ტროლების ფაბრიკები, ამჟამად უკვე ხელოვნური ინტელექტიც. რაც ყველაზე მთავარია, ციფრულ ეპოქაში მანიპულაციის საფუძველს წარმოადგენს ის კოლექტიური და პოპულარული მეხსიერება, რომელიც საბჭოთა რეალობაში არ არსებობდა, თუმცა იმ დროს დაინერგა.

ფაქტია, რომ თანამედროვეობაში მანიპულატორების ზედაპირულობა და პრაგმატულობა გამოწვეულია ტექნოლოგიური განვითარებით, ყველასთვის ხელმისაწვდომი სოციალური მედიით და მუდმივად ცვალებადი გარემოებებით, რასაც ეს სისტემა გვთავაზობს. ზუსტად აქ იმალება მეშვიდე კითხვის პასუხიც (RQ7: რა გავლენა იქონია სოციალურმა მედიამ მანიპულაციური მექანიზმების მეტამორფოზზე?).

კვლევაში ჩართული ექსპერტები თანხმდებიან, რომ სოციალურმა მედიამ მანიპულაციები სხვა დონეზე აიყვანა, გაზარდა აუდიტორია, რითაც მანიპულაციები მეტად გავლენიანი და საშიში გახდა, რადგან საზოგადოების ყველა ფენასთან აქვს წვდომა. ამით შეიქმნა სივრცე, რომელშიც ადამიანი ქცევის თავისებურებებს სხვებზე დაკვირვებით სწავლობს (SCT). გარდა ამისა, ალგორითმების პრინციპით მომუშავე სოციალურმა ქსელებმა (ჩვენი კვლევის შემთხვევაში, Facebook-მა) დაიწყეს ადამიანის ქცევის და მოთხოვნების სწავლა. ამ უკანასკნელმა შესაძლებელი გახადა ინდივიდებზე მორგებული მანიპულაციებისა და შესაბამისი ქცევითი სტრატეგიების (სკრიპტების) შექმნა, რომლებსაც, სოციალურ-კოგნიტიური თეორიის საფუძველზე, მივყავართ კოლექტიური ქცევით, სტიგმებით და სტერეოტიპებით სავსე საზოგადოებამდე. ამგვარად შექმნილ სოციუმს კი, ინფორმაციული ბუშტების გამო, უჭირს საპირისპირო აზრის (ინფორმაციის) მიღება ან დანახვა, რაც მკაფიოდ ეწინააღმდეგება დემოკრატიულ პრინციპებს და შეუძლებელს ხდის კონსტრუქციულ დიალოგს.

ბოლო, მერვე კითხვის (RQ8: რა პოტენციური გავლენა აქვს საერთაშორისო ამბებით მანიპულაციას (FIMI) სომხეთსა და საქართველოში მიმდინარე დემოკრატიულ პროცესებზე?) პასუხი კი მიგვითითებს და კიდევ ერთხელ გვახსენებს ინფორმაციით და, განსაკუთრებით, საერთაშორისო ამბებით მანიპულაციის ყველაზე დიდ პოტენციურ საფრთხეს, რომელიც დემოკრატიულ პროცესებზე გავლენას მოიცავს. პუბლიკაციების, ლიტერატურისა და კვლევების

ანალიზი, ისევე, როგორც სიღრმისეული ინტერვიუს შედეგები, ადასტურებს, რომ ინფორმაციულ ან/და ქვეყნის მედიაეკოსისტემაში ჩარევა გულისხმობს იმ მნიშვნელოვანი სვეტის შერყევას, რომელზეც დემოკრატია დგას - ეს არის თავისუფალი მედია და თავისუფალი სიტყვა.

დადასტურებულია, მედიამანიპულაციები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს დემოკრატიაზე საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებით, ფაქტების დამახინჯებით და დემოკრატიული ინსტიტუტებისადმი ნდობის შელახვით. საბჭოთა კავშირის პერიოდში ისეთი მუდმივი გავლენების შედეგად, როგორებიცაა ამბის სასურველ ჩარჩოებში მოქცევა (ფრეიმინგი), ფსევდო-პოზიტივის დანერგვა, ცრუ ნარატივების გავრცელება და მრავალფეროვანი შეხედულებების ჩახშობა, გრძელვადიან პერსპექტივაში ყალიბდებოდა პასიური საზოგადოება, რომლისთვისაც რთულდება დემოკრატიული ღირებულებების მქონე სტაბილური ქვეყნის აშენება. ეს უკანასკნელი გახდა მიზეზი, რის გამოც საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ შეფერხდა ამ ორი პოსტსაბჭოთა ქვეყნის (სომხეთი და საქართველო) სწრაფი დემოკრატიზაციის პროცესი.

გარდა ამისა, საბჭოთა მანიპულაციებით და ფსევდო-პოზიტიური რეალობის ილუზიის გაქრობით გამოწვეულმა უნდობლობამ ტრადიციული მედიისადმი ხელი შეუწყო სკეპტიციზმს ფაქტობრივი გაშუქების მიმართ, რის გამოც მოქალაქეები ახალი ამბების გასაგებად ჭარბად იყენებენ სოციალურ მედიას, რომელშიც დაუცველნი არიან პროპაგანდისა და საინფორმაციო ბუშტების ზემოქმედებისგან. ეს ეფექტები ასუსტებს დემოკრატიულ პროცესებს, რადგან ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მიღება და ჯანსაღი საჯარო დისკურსი აუცილებელია მყარი დემოკრატიისთვის.

საკვლევ კითხვებზე პასუხის გაცემით ნათელი ხდება, რომ კვლევის მიზანი მიღწეულია, თუმცა, ცალკე უნდა გამოიყოს ძირითადი მიგნებები და სიახლეები:

- საბჭოთა პრესა („კომუნისტი“ და „სოვეტაკან ჰაიასტანი“) ბევრად კომპლექსურ ფსიქოლოგიურ მანიპულაციებს იყენებს, ვიდრე თანამედროვე მედია;
- ნარატივების შერჩევა ხდება ერის კოლექტიური მეხსიერების საფუძველზე. ხოლო, მანიპულაციური მექანიზმები უკვე ერგება შერჩეულ ნარატივს;

- მთავარი, ფსევდო-პოზიტივის აღმოჩენა, როგორც ახალი მანიპულაციური ტაქტიკა;

პრაქტიკული ღირებულების და სამომავლო კვლევების წაქეზებისა თუ გამარტივების ნაწილში მნიშვნელოვანია გამოვყოთ ორი იარაღი:

- **ტექსტის მანიპულაციური მექანიზმების ტაქსონომია** - მოიცავს ყველაზე გამოყენებადი მანიპულაციური და რიტორიკული ტაქტიკების გაქართულებულ ვერსიას შესაბამისი განმარტებებით და მაგალითებით, რაც მომავალ მკვლევრებს, დაინტერესებულ პირებს და საზოგადოებას დაეხმარება მედიატექსტის კვლევაში, ინფორმაციული მთლიანობის შენარჩუნებასა და პუბლიკაციების მანიპულატორებისგან დაცლაში. კვლევისას ვახსენეთ, რომ ქართულ ენაზე მანიპულაციური და რიტორიკული ტაქტიკების ცენტრალიზებული ლიტერატურა, მედიის კვლევის ჭრილში, თითქმის არ არსებობს, ეს ტაქსონომია კი არის მცდელობა შეიქმნას მსგავსი რესურსი, რომლის განვითარებაც სამომავლოდ კრიტიკულია;

- **მედია მანიპულაციების მატრიცა** - მანიპულაციური ტექსტის კვლევის გამარტივებული მატრიცაა, რომელშიც შესაბამის X და Y ღერძებზე დალაგებულია შინაარსი/მანიპულაციის მიზანი და მისი წამქეზებელი ინსტრუმენტი. მატრიცის ინტეგრაციით კონტენტ-ანალიზში, მკვლევრებს შეუძლიათ მარტივად გავიდნენ მანიპულაციურ მექანიზმებზე, რაც ამ ტიპის კვლევებს შეუწყობს ხელს.

ჩვენ გვჯერა, რომ, ამჟამინდელი თეორიული თუ პრაქტიკული ღირებულების მიუხედავად, ამ კვლევის გაგრძელება მეტად ფართო დისკურსს მოიცავს. კერძოდ, სამომავლოდ კვლევის პერსპექტივა მდგომარეობს იმაში, რომ შევისწავლოთ და კვლევაში ჩავრთოთ რეგიონში განსხვავებული მედიალანდშაფტის მქონე აზერბაიჯანი, რითაც შეგვეძლება მივიღოთ სამხრეთ კავკასიის კონტექსტში მნიშვნელოვანი დასკვნები და მიგნებები.

ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული ღირებულება

თანამედროვე სამყაროში, სადაც მედიით მანიპულაცია, დეზინფორმაცია და ალგორითმული მიკერძოება ამრუდებს საზოგადოებრივ აზრს, აფერხებს დამოუკიდებელ კრიტიკულ აზროვნებას და ხელს უწყობს ინსტიტუტებისადმი ნდობის ეროზიას, პროპაგანდისა და ყალბი ინფორმაციის მედიაეფექტების კვლევის აქტუალობა თვალსაჩინო ხდება. ამ პროცესებით სტიმულირებული იდეოლოგიური პოლარიზაციისა და ავტოკრატიზაციის ფონზე ნაშრომი იძენს ფართო მნიშვნელობას როგორც თეორიული, ასევე პრაქტიკული თვალსაზრისით.

კვლევაში გამოაშკარავებული და გაანალიზებულია ამ პროცესების საფუძველი - მედიამანიპულატორები, რაც შესაძლებელს ხდის მანიპულაციური მექანიზმებისა და მათი ტიპოლოგიის მეტამორფოზის სტრუქტურირებულ დემონსტრაციას ორი პოსტსაბჭოთა ქვეყნის მაგალითზე.

თეორიული თვალსაზრისით, ეს იქნება პირველი ნაშრომი, რომელიც სომხეთსა და საქართველოში ერთსა და იმავე პერიოდსა და გარემოებებში არსებულ მანიპულაციებს შეადარებს, რაც ამ ყველაფრის მიზეზ-შედეგობრივ კავშირს მეტად ნათლად წარმოაჩენს. გარდა ამისა, გამოიკვეთება მანიპულაციური მექანიზმების ხასიათი და მათი გამოყენების მიზნები: პოზიტიური ან ნეგატიური.

პრაქტიკულ ნაწილში ყველაზე მნიშვნელოვანია მანიპულაციური მექანიზმების რეტროსპექცია. ვვარაუდობთ, რომ მომავალში სტრუქტურირებული მედიამანიპულატორები (მანიპულაციური მექანიზმების მატრიცა) გახდება ერთგვარი გაიდლაინი და საფუძველი სამომავლო კვლევებისთვის. აღნიშნული ნაშრომი მოგვცემს პროგნოზის საშუალებას, რადგან, ტრანსფორმაციისა და გავლენების იდენტიფიცირების გზით, ჩვენ შეგვეძლება ვივარაუდოთ, თუ როგორი მუტაცია ელის მანიპულაციურ ტექნიკებს მომავალში.

მნიშვნელოვანია ისიც, რომ, ქართულ-სომხურ ჭრილში, საბჭოთა პრესიდან დღემდე არსებული მედიამანიპულაციების გამომჟღავნებამ და გაანალიზებამ, შესაძლოა, ხელი შეუწყოს ამ ორი ერის მეტად დაახლოებას და შეამციროს მედიის (ამ შემთხვევაში მესამე ძალის ხელით განხორციელებული) ნეგატიური გავლენა კონფლიქტის ან შუღლის გაღვივებაში.

შესაბამისად, მოცემული ნაშრომი ფასეულია ქართული მედიის სწორი მიმართულებით განვითარებისთვის, ვინაიდან იგი დაეხმარება თანამედროვე მედიაში დასაქმებულ პირებს და მედიაორგანიზაციებს - იმოქმედონ უკვე შემუშავებული მოდელის მიხედვით. რაც მთავარია, ამ მიდგომებით და მედიამანიპულატორების დემონსტრაციით, შევძლებთ, მედია გავფილტროთ მანიპულაციური და პროპაგანდისტული კონტენტისაგან, რითაც ხელს შევუწყობთ საზოგადოების ინფორმირებაზე, კონსტრუქციული და პროსოციალური მედიის ფორმირებაზე ორიენტირებული კონტენტის შექმნას, რაც, თავის მხრივ, ქვეყანაში ჯანსაღი მედიაგარემოს, მდგრადი დემოკრატიის და ევროპული ღირებულებების განმტკიცების მასტიმულირებელია.

ბიბლიოგრაფია

- დიდი ინგლისურ-ქართული ონლაინ ლექსიკონი (N/D), ad hominem (explanation); Retrieved from: <https://dictionary.ge/ka/word/ad+hominem/> (ბოლო ნახვა 24.01.2025)
- ლენინი, ვლადიმერ, სტატიიდან (1901 წელი) „საიდან უნდა დავიწყოთ?“, Retrieved from: <https://msk.kprf.ru/2021/02/27/155609/> (ბოლო ნახვა: 12.01.2025);
- ლექსიკონი-ცნობარი სოციალურ მეცნიერებებში, სოციალურ-კოგნიტიური დასწავლის თეორია, <http://dictionary.css.ge/content/socia-cognitive-learning-theory> (ბოლო ნახვა: 19.01.2023);
- მარქარიანი, ლ. (2019). *ყალბი ინფორმაცია სოციალურ მედიაში (ქართული და სომხური მედიის მაგალითებზე)*. სტუდენტთა ჟურნალი სოციალურ მეცნიერებებში, E ISSN: 2449-3066, ნაშრომში ასევე გამოყენებულია ავტორის დარგობრივი სემინარის დამუშავებული მასალა; <https://digitallibrary.tsu.ge/book/2022/Feb/journals/Student-Journal-of-Social-Sciences-15-2021.pdf?cv=1> (ბოლო ნახვა: 19.01.2025);
- მედიის განვითარების ფონდი (2017), *მედიაწიგნიერების გზამკვლევი, როგორ ვებრძოლოთ მანიპულაციას და ყალბ ინფორმაციას*, <http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/69/file/Guidelines-web.pdf> (ბოლო ნახვა: 19.01.2023);
- მედიის განვითარების ფონდი (2022), *მედიაწიგნიერების და დეზინფორმაციის აღქმების კვლევა*. <https://mdfgeorgia.ge/uploads//MedialiteracyReport-GEO.pdf> (ბოლო ნახვა: 19.01.2023);
- ნინო ჭინჭარაული (2021), *ლენინიანა – ქართული ფერწერის მივიწყებული ფანტომი, გიორგი ჩუბინაშვილის სახელობის ქართული ხელოვნების ისტორიისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული კვლევითი ცენტრი*. file:///C:/Users/Liana%20Markariani/Desktop/_alter%20syllabus/admin,+2020-2021-178-195.pdf (ბოლო ნახვა: 19.01.2023);
- ოსიყმაშვილი, ს. (1 ნოემბერი 2017) ვიეტნამის ომი <https://konpliqtebi2017.wordpress.com/2017/11/01/%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%94%E1%83%A2%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%98/> (ბოლო ნახვა: 31.08.2024);
- სურგულაძე, რ. და იბერი, ე. (2003). *მასობრივი კომუნიკაცია, თეორიის საკითხები*. საქართველოს მაცნე, თბილისი, ISBN: 9994072285;
- ტორაძე, მ. და მასიშვილი, ხ. (2019). *მედიისა და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები*, თსუ გამომცემლობა, 2019, თბილისი;

- წულაძე, ლ. (2020). სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, ISBN 978-9941-13-930-7 Retrieved from: [http://css.ge/wp-content/uploads/Tsuladze Sociologiuri Kvlevis Tvisebrivi Metodebi.pdf](http://css.ge/wp-content/uploads/Tsuladze_Sociologiuri_Kvlevis_Tvisebrivi_Metodebi.pdf) (ბოლო ნახვა: 12.01.2025);
- ხეჩუაშვილი, ლ. (2013). *პიროვნების ფსიქოლოგიის შესავალი*. უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი ISBN 978-9941-13-842-3.
- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social media & fake news in the 2016 election. *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 31, No. 2, pp. 211-235. <https://www.jstor.org/stable/4435006>;
- al-Musawi, M. J. (2021). *The Scheherazade Factor*. In *The Arabian Nights in Contemporary World Cultures: Global Commodification, Translation, and the Culture Industry* (pp. 52–92). chapter, Cambridge: Cambridge University Press;
- Armradio. (2024). Armenia climbs to 43rd place in 2024 World Press Freedom Index. Retrieved from <https://en.armradio.am/2024/05/03/armenia-climbs-to-43rd-place-in-2024-world-press-freedom-index/> (12.01.20);
- Arribas, C. M., Arcos, R., Gétrudix, M., Mikulski, K., Hernández-Escayola, P., Teodor, M., Novăcescu, E., Surdu, I., Stoian, V., & García-Jiménez, A. (2023). Information manipulation and historical revisionism: Russian disinformation and foreign interference through manipulated history-based narratives. *Open research Europe*, 3, 121. <https://doi.org/10.12688/openreseurope.16087.1>;
- Bandura, A. (2009). *Social cognitive theory of mass communication*. In J. Bryant & M. B. Oliver; (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 94–124). New York, NY: Routledge;
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1963). *Social learning and personality development*. New York, NY: Holt, Rinehart & Winston;
- Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1963). *Imitation of film-mediated aggressive models*. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(1), 3;
- Barghoorn, F. (1961) *The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Politics*. Princeton, NJ: Princeton University Press;
- Barghoorn, F. (1964) *Soviet Foreign Propaganda*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Barker, S. (2017). *The power of rhetoric: Persuasion, manipulation, and coercion*. Routledge. ISBN: 978-1138675227;

- BBC News. (2025, January 7). *Facebook and Instagram get rid of fact checkers*. BBC News. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/articles/cly74mpy8klo?> (08.01.2025);
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923632.001.0001>;
- Benoit, W. L. (2001). *Persuasive messages: The process of influence*. Blackwell. ISBN: 978-0631214935;
- Berenson, E. (1992). *The trial of Madame Caillaux*. University of California Press;
- Béřeš M. (2007) *Jak manipulovat s lidmi*, Brno: Computer Press;
- Berger, A. A. (1995). *Essentials of mass communication theory*. Thousand Oaks, CA: Sage;
- Berger, J. (2013). *Contagious: How to build word of mouth in the digital age*. Simon & Schuster;
- Bergmanis-Korāts, G., & Haiduchyk, T. (2024). *Social Media Manipulation for Sale*. Available at: <https://stratcomcoe.org/publications/social-media-manipulation-for-sale-2024-experiment-on-platform-capabilities-to-detect-and-counter-inauthentic-social-media-engagement/2024> (08.01.2025);
- Berlin, I., (1956), *The Soviet Mind Russian Culture Under Communism*, Brookings institution press Washington, D.C, ISBN 0-8157-0904-8;
- Berlin, Lawrence N.. "Media manipulation". *Dialogue Analysis IX: Dialogue in Literature and the Media, Part 2: Media: Selected Papers from the 9th IADA Conference, Salzburg 2003*. Part 2: Media, edited by Anne Betten and Monika Dannerer, Berlin, Boston: Max Niemeyer Verlag, 2005, pp. 173-182. <https://doi.org/10.1515/9783110946055.173>;
- Bernays, E. L. (1928). *Manipulating public opinion: The why and how*. *The New York Times Magazine*, 24(5), 13-14;
- Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. Horace Liveright;
- Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). *In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media*. *Journal of Communication*, 65, 619-638. doi:10.1111/jcom.12166;
- Browning, C. S., (2011) *Constructivism, Narrative and Foreign Policy Analysis: A Case Study of Finland*, Peter Lang: Bern, 2008; 328 pp.; 9783039105199, £42.00 (pbk). *European History Quarterly*, 41(4), 678-680. <https://doi.org/10.1177/0265691411417598d>;
- Bruns, H., et al. (2024). *Prebunking and Debunking: Investigating the Role of Source Trust*. Available at: <https://misinfoeview.hks.harvard.edu/article/prebunking-and-debunking-investigating-the-role-of-source-trust/> (08.01.2025);

- Bryant, J., & Zillmann, D. (Eds.). (1986). *Perspectives on media effects*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates;
- Bullard, A. (1919), *The Russian Pendulum: Autocracy - Democracy - Bolshevism*, Creative Media Partners, LLC;
- Caplan, R., & Boyd, D., (May 15, 2016). *Who Controls the Public Sphere in an Era of Algorithms?*, Retrieved from: https://datasociety.net/pubs/ap/MediationAutomationPower_2016.pdf (25.01.2023);
- Casarin, R., Peruzzi, A., & Steel, M. F. J. (2023). Media bias and polarization through the lens of a Markov switching latent space network model. *arXiv preprint arXiv:2306.07939*,
- Cerese, A., & Santoro, C. (2018). 15. *From racial hoaxes to media hypes Fake news' real consequences*. From Media Hype to Twitter Storm, 333–354. <https://doi.org/10.1515/9789048532100-018>;
- Chamberlain, M. E. (2011). *The long twentieth century: A history of international relations since 1900*. Routledge. ISBN: 978-0415480652;
- Chesney, R. & Citron, D. (2018, December 11). *Deepfakes & the New Disinformation War*, *Foreign Affairs*. Retrieved from: <https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2018-12-11/deepfakes-and-new-disinformation-war> (25.01.2023);
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126;
- Chouliaraki, L. (2005). Post-humanitarianism: Humanitarian communication beyond a politics of pity. In *Humanitarianism* (pp. 249–259). Routledge;
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Pearson;
- Civil Georgia. (2023). Georgia ranks 77th in 2023 World Press Freedom Index. Retrieved from: <https://civil.ge/archives/603734>; (12.01.2025);
- Civilnet (25 თებერვალი 2022). *Ուկրաինյան սպիտակ ֆուֆոր վաճառե՞լ է Ադրբեջանին*
Retrieved from:
<https://www.civilnet.am/news/651718/%D5%B8%D6%82%D5%AF%D6%80%D5%A1%D5%AB%D5%B6%D5%A1%D5%B6-%D5%BD%D5%BA%D5%AB%D5%BF%D5%A1%D5%AF-%D6%86%D5%B8%D5%BD%D6%86%D5%B8%D6%80-%D5%BE%D5%A1%D5%B3%D5%A1%D5%BC%D5%A5%D5%AC-%D5%A7-%D5%A1%D5%A4%D6%80%D5%A2%D5%A5%D5%BB%D5%A1%D5%B6%D5%AB%D5%B6/> (31.08.2024);
- Coxall, M. (2013). *Human Manipulation-A Handbook*. Malcolm Coxall-Cornelio Books;

- Croteau, D., & Hoynes, W. (1997). *Media/society: Industries, images, and audiences* (2nd ed.). Pine Forge Press;
- CRRC Georgia. (2021, January 9). *Almost half of young Georgians are on TikTok*. CRRC Georgia. Retrieved from: <https://crrc.ge/en/almost-half-of-young-georgians-are-on-tiktok/> (08.01.2025);
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2007). Stereotyping and dehumanization: The relationship between the stereotype dimensions of sociability, morality, and competence and the two dimensions of humanness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(3), 457–477;
- Curran, J. (2011). *Media and Democracy (1st ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203406878>;
- Defence Strategic Communications, 14. Riga (2024): NATO Strategic Communications Centre of Excellence. <https://doi.org/10.30966/2018.RIGA.14>;
- Derluguian, G. M. (2005). *Bourdieu's secret admirer in the Caucasus: A world-system biography*. University of Chicago Press. ISBN: 978-0226143914;
- EEAS, (2023). 1st Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats, Retrieved from: https://www.eeas.europa.eu/eeas/beyond-disinformation-what-fimi_en (12.01.2025);
- Elliott, V. (06.23.2022) *Meta Made Millions in Ads From Networks of Fake Accounts*, WIRED. Retrieved from: https://www.wired.com/story/meta-is-making-millions-from-fake-accounts/?fbclid=IwAR3OFPaTaOvpp98zkGOkzajUA4dT5zUfhqWWcxsl3_zmTQHmzZwyG5BKCR0 (25.01.2013);
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>;
- European Parliament (2024 December) Information integrity online and the European democracy shield. Retrieved From: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/767153/EPRS_BRI\(2024\)767153_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/767153/EPRS_BRI(2024)767153_EN.pdf) (09.01.2025);
- European Parliament Subcommittee on Human Rights. (2021). The human right to drinking water: Impact of large-scale agriculture and industry (In-depth analysis requested by the DROI subcommittee). European Parliament;
- European Parliament. (2021). *The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world* [Study]. Directorate-General for External Policies. Retrieved from: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU\(2021\)653635_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU(2021)653635_EN.pdf) (28.01.2025);
- Fairhurst, G. T. (2005). Reframing the art of framing: Problems and prospects for leadership. *Leadership*, 1(2), 165–185. <https://doi.org/10.1177/1742715005051857>;

- Fairhurst, G. T., & Sarr, R. A. (1996). *The art of framing: Managing the language of leadership*. Jossey-Bass;
- Fazio, L. K., Brashier, N. M., Keith Payne, B., & Marsh, E. J. (2015). *Knowledge does not protect against illusory truth*. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993–1002. <https://doi.org/10.1037/xge0000098>;
- Fishkin, J. (2010). Le Cheminant, W., & Parrish, J. M. (Eds.). *Manipulating democracy: Democratic theory, political psychology, and mass media*. Routledge. DOI: 10.4324/9780203854990;
- Fitzpatrick, N. (2018). *Media manipulation 2.0: the impact of social media on news, competition, and accuracy*. DOI: 10.30958/ajmmc.4.1.3;
- Fitzpatrick, S. (1999). *Everyday Stalinism: Ordinary life in extraordinary times*. Oxford University Press;
- Forman, L., (02.10. 2021) *Meta's Ad Returns Are Its Redemption for Advertisers*, WSJ. Retrieved from: https://www.wsj.com/articles/metas-ad-returns-are-its-redemption-for-advertisers-11635850800?fbclid=IwAR20Gw9vEyewTKWig56V9wnHCfaKO3BGDZe-GswdR7prh9f_70HcMtkqrIY (25.01.2023);
- Fox, S., Yair Amichai-Hamburger, & Edward A. Evans. (2001). The Power of Emotional Appeals in Promoting Organizational Change Programs [and Executive Commentary]. *The Academy of Management Executive* (1993-2005), 15(4), 84–95. <http://www.jstor.org/stable/4165788>;
- Frankl, V. E. (2020). *Yes to life: In spite of everything* (J. von Rad, Trans.). Beacon Press. (Original work published 1946);
- Fredrickson, B. (2009). *Positivity*. Harmony;
- Furedi, F. (2002). *Culture of fear: Risk-taking and the morality of low expectation*. Continuum;
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2019). *Persuasion, Social Influence, and Compliance Gaining* (6th ed.). Routledge;
- Geiger, S. (2009). “Does Habermas Understand the Internet? The Algorithmic Construction of the Blog/Public Sphere.” *gnovis: a journal of communication, culture, and technology* | issue 10, volume1. Retrieved from: <https://escholarship.org/content/qt60s6s0p8/qt60s6s0p8.pdf?t=oc2jup> (25.01.2023);
- Gentzkow, M., Shapiro, J. M., & Stone, D. F. (2016). Media bias in the marketplace: Theory. In S. P. Anderson, J. Waldfogel, & D. Stromberg (Eds.), *Handbook of Media Economics* (pp. 623-645). Elsevier. Retrieved from: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/handbook.pdf> (08.01.2025);

- Gerrig, R. J., & Zimbardo P. G. (2010). *Psychology and Life, 19th Edition*. ISBN-13:9780205685912. Pearson Lambert;
- Giles, D. (2003). *Media Psychology*. LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS Mahwah, New Jersey, London;
- Gillespie, Tarleton, 'The Relevance of Algorithms', in Tarleton Gillespie, Pablo J. Boczkowski, and Kirsten A. Foot (eds) (Cambridge, MA, 2014; online edn, MIT Press Scholarship Online, 18 Sept. 2014), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>;
- Glosbe (N/D) red herring - სარტყუნარა (explanation); Retrieved from: <https://ka.glosbe.com/en/ka/red%20herring> (24.01.2025);
- Glosbe (N/D) tu quoque (explanation); Retrieved from: <https://ka.glosbe.com/fr/ka/tu%20quoque%20mi%20fili> (24.01.2025);
- Goff, P. A., Jackson, M. C., & Di Leone, B. A. (2015). From 'brute' to 'thug': The demonization and criminalization of unarmed Black male victims of violence in America. *Social Psychological and Personality Science*, 6(5), 545-552. <https://doi.org/10.1177/1948550614564972>;
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Northeastern University Press;
- Grachev, A., & Melnik, V. (1999). *Manipulation of personality: Organization, ways, and technologies of information and psychological influence*. Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences;
- Greenwald, A. G., Klinger, M. R., & Liu, T. J. (1989). Unconscious processing of dichoptically masked words. *Memory & Cognition*, 17(1), 35-47;
- Griffin, E. (2000). *A first look at communication theory* (4th ed.). McGraw-Hill;
- Guillain, Charlotte (2016). *What is Persuasive Writing?*. Raintree. Heinemann Raintree, ISBN 9781406296891;
- Habermas, J. (1964). *The Public Sphere: An Encyclopedia Article*. *New German Critique*, 3, 49-55;
- Hakala J., Melnychuk J., *Russia's Strategy in Cyberspace* (2021). Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Retrieved from: https://stratcomcoe.org/pdfs/?file=/publications/download/Nato-Cyber-Report_15-06-2021.pdf?zoom=page-fit (16.07.2024);
- Hanks, M., (July 5, 2018) *Propaganda in the Ancient World: Shaping Attitudes Throughout History* Retrieved from: <https://sevenages.org/history/propaganda-in-the-ancient-world-shaping-attitudes-throughout-history/>(13.01.2023);

- Hardy, H., Berlin, I., & Talbott, S. (2004). *The Soviet mind: Russian culture under communism*. Cambridge University Press. (Original work published 1949);
- Harold D. Lasswell (1951). *The Defense of the Free World // The Strategy of Soviet Propaganda*. Proceedings of the Academy of Political Science, 24(2), 66–78. doi:10.2307/1173235;
- Harris R. J. (2002), *A Cognitive Psychology of Mass Communication. 3rd Edition*. Lawrence Erlbaum associates, publishers Mahwah, New jersey, London;
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(1), 107–112. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(77\)80012-1](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(77)80012-1);
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(1), 107–112. [https://doi.org/10.1016/S0022-5371\(77\)80012-1](https://doi.org/10.1016/S0022-5371(77)80012-1);
- Heller, M. (1988). *Cogs in the wheel: The formation of Soviet man*. Knopf. Retrieved from: https://www.masterandmargarita.eu/estore/pdf/eren015_everydaystalinism.pdf (08.01.2025);
- Herman, M. (1996), *Intelligence and Power in Peace and War* (Cambridge: Cambridge University Press), 55f;
- Herring, G. C. (1984). The Gulf of Tonkin Resolution and America's escalation in Vietnam. *Congress & the Presidency*, 11(2), 125-145;
- House Committee on Intelligence, Soviet Active Measures, (Washington, DC: Government Printing Office, 1982), 31;
- Hybrid CoE. (2022). *DISARM Framework Report*. Retrieved from: <https://www.hybridcoe.fi/publications/hybrid-coe-research-reports/hybrid-coe-research-report-7-foreign-information-manipulation-and-interference-defence-standards-test-for-rapid-adoption-of-the-common-language-and-framework-disarm/> (08.01.2025);
- Howiecki M., Zasepa, T., (2003) *Moc a nemoc médií*, Bratislava: SAV;
- Index on Censorship. (2024). Findings of the Press Freedom Mission to Georgia. Retrieved from: <https://www.indexoncensorship.org/2024/10/findings-of-the-press-freedom-mission-to-georgia/>; (12.01.2025);
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65(1), 19–51. <https://doi.org/10.2307/2657288>;
- Inkeles, A. (1951) *Public Opinion in Soviet Russia: A Study in Mass Persuasion*. Cambridge, MA: Harvard University Press;

- Inkeles, A. (1958) 'Recent Developments in Soviet Mass Communications', Gazette 4: 285–97;
- International Republican institute [IRI] 2024, Public Opinion Survey: Residents of Armenia. Retrieved from: <https://www.iri.org/resources/public-opinion-survey-residents-of-armenia/> (08.01.2025);
- JAM News. (2024). Armenia becomes regional leader in press freedom, says Council of Europe official. Retrieved from: <https://jam-news.net/armenia-becomes-regional-leader-in-press-freedom-says-council-of-europe-official/>; (12.01.2025);
- Janda, K., Berry, J. M., & Goldman, J. (Year). *The challenge of democracy: American government in global politics*. Publisher;
- Jones, S. F. (2005). *Socialism in Georgian colors: The European road to social democracy, 1883-1917*. Harvard University Press. ISBN: 978-0674016427;
- Jowett G. (2012) *Propaganda and Persuasion*, Printed in the United States of America, by SAGE Publications, Inc. edited by Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell. 5th ed;
- Jowett, G. S., & Houston, J. P. (2016). *Propaganda & persuasion* (7th ed.). Sage Publications;
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2019). *Propaganda & persuasion* (7th ed.). SAGE Publications. Retrieved from: <https://sttpml.org/wp-content/uploads/2014/07/propaganda-and-persuasion.pdf> (08.01.2025);
- Karremans, J. C., Stroebe, W., & Claus, J. (2006). Beyond Vicary's fantasies: The impact of subliminal priming and brand choice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(6), 792-798;
- Keenan, S. J. (2020). *Behind Social Media: A World of Manipulation and Control*. *Pop Culture Intersections*. 48. https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/48;
- Klenk, M. (2023). Algorithmic Transparency and Manipulation. *Philos. Technol.* **36**, 79. <https://doi.org/10.1007/s13347-023-00678-9>;
- Klobušická, M. (2018), *Mass Media and Manipulation – ethical considerations*, DOI:10.24917/20838972.14.5;
- Kurkchian, M. (2001). Armenia. In J. M. Montserrat (Ed.), *Ethnic conflict in the post-Soviet world: Case studies and analysis* (pp. 149-176). M. E. Sharpe. ISBN: 978-0765608507;
- Lambert, N. M., Gwinn, A. M., Baumeister, R. F., Strachman, A., Washburn, I. J., Gable, S. L., & Fincham, F. D. (2012). A boost of positive affect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(1), 24–43. doi:10.1177/0265407512449400;
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign* (2nd ed.). Columbia University Press;
- Lears, T. J. J. (1994). *Fables of abundance: A cultural history of advertising in America*. Basic Books;

- Lewis, R., & Marwick, A. E. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. Data & Society Research Institute. Retrieved from: https://tiara.org/wp-content/uploads/2018/05/lewis_marwick_redpill_ideological_motivations.pdf (28.01.2025);
- Lischka, J. A. (2018). A badge of honor? How The New York Times discredits President Trump's fake news accusations. *Journalism Studies*, 19(10), 1-20. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492885>;
- Livingstone, S., & Lunt, P. (1994) *The mass media, democracy and the public sphere*. In Talk on Television: Audience participation and public debate (9-35). London: Routledge. Logan, K., Bright, L;
- Logan, K., Bright, L. F., & Grau, S. L. (2018). "Unfriend me, please!": Social media fatigue and the theory of rational choice. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(4), 357-367. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1488219>;
- MacDonald, E., (2017.01.13), The fake news that sealed the fate of Antony & Cleopatra, The Conversation. Retrieved from: <https://theconversation.com/the-fake-news-that-sealed-the-fate-of-antony-&-cleopatra-71287>; (12.01.2025);
- Maisashvili K. (2009). *The Question of Ideological Domination and the Georgian Printed Media; in 1990-1991*, Caucasus Journal of Social Sciences, published annually by The University of Georgia. Georgia, Tbilisi, ISSN 1512-3677;
- Manipulation and Propaganda, N/D (წელი არ არის მითითებული) *Project co-funded by European Union funds* (ERDF, IPA, ENI). Retrieved from: https://www.interreg-danube.eu/uploads/media/approved_project_public/0001/52/abfe7e67af535080a4977265c519a3428224a779.pdf (20.01.2023);
- Margaret Kelsey (Aug 15, 2016) *How to manipulate people, but in a good way*. Retrieved from: <https://www.invisionapp.com/inside-design/how-to-manipulate-people-for-good/> (25.01.2023);
- Martín Rojo, L., & van Dijk, T. A. (1997). ¿Hablan los inmigrantes? Inmigración y racismo en la prensa española. *Revista de Occidente*, 188, 35-52;
- Marwick, A. E. & Ellison, N. B. (2012) "There Isn't Wifi in Heaven!" *Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56, no. 3: 378-400, doi:10.1080/08838151.2012.705197;
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1974). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>;
- McLeod, S. (2020). Manipulation and Persuasion. *Simply Psychology*;

- McLuhan, M., Molinaro, M., McLuhan, C., & Toye, W. (Eds.). (1987). *Letters of Marshall McLuhan*. Oxford University Press;
- McMahon, R. J. (2008). *Major problems in the history of the Vietnam War: Documents and essays* (4th ed.). Cengage Learning;
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5th ed.). Sage Publications;
- Melkonyan, N. (2015). *Methods of Manipulation in Media and Reasons of Social Psychological effects*. Yerevan State University "21th century". 5 (65);
- Melton, James Van Horn (2001), *The Rise of the Public in Enlightenment Europe* (Cambridge: Cambridge University Press, 2001), 56;
- Merriam-Webster. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/manipulate>. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/media>. (25.01.2023);
- Meta (2025, January 7). *More Speech and Fewer Mistakes* Retrieved from: <https://about.fb.com/news/2025/01/meta-more-speech-fewer-mistakes/> (08.01.2025);
- Mickiewicz, E. (1971). *The Modernization of Party Propaganda in the USSR*. Slavic Review, 30(2), 257-276. doi:10.2307/2494240;
- Moise, E. E. (1996). *Tonkin Gulf and the escalation of the Vietnam War*. University of North Carolina Press;
- Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T., & Lee, D. (2019). "Fake News" Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, 000276421987822. doi:10.1177/0002764219878224 b;
- Moore D. C. (2020), *Manipulation Techniques: How to understand and influence people using Mind Control, Subliminal Persuasion, Self Discipline, NLP and Body Language*. 101 Tips&tricks and Dark Psychology, Independently published, ISBN-13 979-8622959202;
- Moore, T. E., & Wheeler, S. C. (2019). *Subliminal persuasion: An overview and integration*. *Current Opinion in Psychology*, 29, 118-122;
- Moss, D., & Coleman, C. (2020). *Media's economic framing and market sentiment: An analysis of financial news headlines*. *Media, Culture & Society*, 42(3), 437-454. <https://doi.org/10.1177/0163443720916255>;
- Murphy, D., (2017), *Fake News 101: How to recognize fake news & avoid being fooled by it*, Independently published; ISBN-10: 1521244855; ISBN-13: 978-1521244852;
- NATO StratCom COE. (2023). *Kremlin Communication Strategy for Russian Audiences*. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/publications/kremlin-communication-strategy-for-russian-audiences/2023> (08.01.2025);

- Nato Strategic Communications Centre Of Excellence (2022), Social Media Manipulation 2021/2022: Assessing The Ability Of Social Media Companies To Combat Platform Manipulation. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/publications/social-media-manipulation-20212022-assessing-the-ability-of-social-media-companies-to-combat-platform-manipulation/242> (21.01.2023);
- NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2023). Social Media Manipulation 2022/2023: Assessing the Ability of Social Media Companies to Combat Platform Manipulation. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/Social-Media-Manipulation-2022-2023-DIGITAL.pdf?zoom=page-fit> (16.07.2024);
- NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2024). *Russian information operations outside of the Western information environment*. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/Russian-info-operations-DIGITAL.pdf?zoom=page-fit> (16.07.2024);
- Newman, H. Foreign information manipulation and interference defence standards: Test for rapid adoption of the common language and framework 'DISARM'. Helsinki: The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/StratComCOE-and-Hybrid-COE---DISARM-report.pdf?zoom=page-fit> (16.07.2024);
- Noam Chomsky (N/D). *10 strategies of manipulation by the media*. Retrieved from: <https://www.demenzemedicinagenerale.net/pdf/14-10-strategies-of-manipulation.pdf> (12.01.2025);
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. NYU Press;
- Nodia, G. (1992). Nationalism and democracy. *Journal of Democracy*, 3(4), 3-22. <https://doi.org/10.1353/jod.1992.0053>;
- Nwabueze, C. & Okonkwo, E. (2018), Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age, International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC), Volume 4, Issue 2, PP 1-10, ISSN 2454-9479, <http://dx.doi.org/10.20431/2454-9479.0402001>;
- O'Brien, F. M. (1918), *The Story of the Sun*. New York: George H. Doran;
- O'Connor, C., & Murphy, M. (2020). *Going viral: doctors must tackle fake news in the covid-19 pandemic*. BMJ, m1587. doi:10.1136/bmj.m1587;
- O'Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and research*. Sage Publications. ISBN: 978-1483382431;

- Oxford Wordpower Dictionary (2017) 4th Edition. Oxford University Press España, S.A. ISBN-10: 9780194398237;
- Panné J.L., Andrzej Paczkowski, A., Bartosek, K., Margolin, J.L., Werth, N., Courtois, S., Kramer, M., Murphy, J., (1999), *The Black Book of Communism: Crimes, Terror, Repression*, Harvard University Press , ISBN-10 : 0674076087, ISBN-13 : 978-0674076082;
- Pariser, Eli. (2011). *The Filter Bubble*. The Penguin Press. participation and public debate (9-35). London: Routledge;
- Perera, A. (2022, April 01). *Hypodermic Needle Theory*. *Simply Sociology*. <https://simplysociology.com/hypodermic-needle-theory.html>;
- Perloff, R. M. (2010). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century*. Routledge. ISBN: 978-0415870847;
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. Chicago, IL: University of Chicago Press;
- Peters, V. (1956). *Education in the Soviet Union*. *The Phi Delta Kappan*, 37(9), 421-425. Retrieved August 21, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20341811>;
- Pew Research Center, (2015), *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*, Retrieved from: <https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2015/07/Twitter-and-News-Survey-Report-FINAL.pdf> (28.01.2025);
- Pratkanis, A. R. (1992). The cargo-cult science of subliminal persuasion. *Skeptical Inquirer*, 16(3), 260-272;
- Pratkanis, A. R., & Turner, M. E. (1996). *Persuasion and democracy: Strategies for increasing deliberative participation and social change*. *Journal of Social Issues*, 52, 187–205;
- Pratkanis, A., & Aronson, E. (2001). *Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion*. W. H. Freeman. ISBN: 978-0716724873;
- Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). *COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information*. *International Sociology*, 026858092091475. doi:10.1177/0268580920914755;
- Pyszczynski, T., Solomon, S., & Greenberg, J. (2003). *In the wake of 9/11: The psychology of terror*. American Psychological Association;
- Qualter, T. H. (1962). *Propaganda and psychological warfare*. Random House;
- Rajkumar, R. P. (2020, August). *COVID-19 and mental health: A review of the existing literature*. *Asian Journal of Psychiatry*, 52, Article 102066. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102066>;

- Rapp, S. H. (2011). *The Sasanian world through Georgian eyes: Caucasia and the Iranian Commonwealth in late antique Georgian literature*. Ashgate Publishing. ISBN: 978-0754661107;
- Reporters Without Borders. (2024a). Georgia drops 26 places in World Press Freedom Index, now at 103rd place. Retrieved from: <https://rsf.org/en/country/georgia> (12.01.2025);
- Reporters Without Borders. (2024b). Armenia climbs to 43rd place in 2024 World Press Freedom Index. Retrieved from: <https://rsf.org/en/country/armenia> (12.01.2025);
- Roberts, M. W. (Feb 12, 2019), The Difference Between Persuasion and Manipulation: A Deep-Dive for Marketers. Retrieved from: <https://medium.com/@michaelwroberts/the-difference-between-persuasion-and-manipulation-a-deep-dive-for-marketers-f54f8ca8b82> (25.01.2023);
- Roloff, M. E., & Miller, G. R. (Eds.). (1980). *Persuasion: New directions in theory and research*. Sage Publications;
- Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2009). *Applied mass communication theory: A guide for media practitioners*. Pearson/Allyn & Bacon;
- Roth-Ey, K. (2011). *Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire That Lost the Cultural Cold War*. Cornell University Press. ISBN-10:0801448743; ISBN-13: 978-0801448744;
- Seligman, M. E. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon and Schuster;
- Service, R. (2009, 3rd edition) *A History of Modern Russia, from Nicholas II to Putin*. p186. ISBN 0-674-01801-X;
- Shimizu, K. (2020). *2019-nCoV, fake news, and racism*. The Lancet, 395(10225), 685–686. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30357-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30357-3);
- Shultz Jr R. H. (1989). *Political strategies for revolutionary war. Political Warfare and Psychological Operations: Rethinking the US Approach*, Washington, DC: National Defense University, pp. 111–138;
- Silverman, C., (17.10.2016), *This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*. Retrieved from: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook> (25.01.2013);
- Simons, H. W., & Jones, J. G. (2011). *Persuasion in society*. Routledge. ISBN: 978-0415774312;
- Simpson, C. (Ed.). (1998). *Universities and empire: Money and politics in the social sciences during the Cold War*. New Press;

- Simpson, W. K. (1982), "Egyptian Sculpture and Two-Dimensional Representation as Propaganda", *The Journal of Egyptian Archaeology*, Vol. 68 (1982), pp. 266-27, <https://doi.org/10.2307/3821643>;
- Smith, S. (2000). Georgians in the Soviet Union. *Nationalities Papers*, 28(4), 721-752;
- Sparkman, R.B. (1978) *Art of Manipulation: How to Get What You Want Out of People in Business, in Your Personal Life, and in Your Love Life*. The Dial Press, New York, 0-8037-0775-4;
- Sproule, J. M. (1987). Propaganda studies in American social science: The rise and fall of the critical paradigm. *Critical Studies in Mass Communication*, 4(3), 283-298. <https://doi.org/10.1080/15295038709360143>;
- Stephens, K. K. (2007). The successive use of information and communication technologies at work. *Communication Theory*, 17(4), 486–507. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00308.x>;
- Suny, R. G. (1993). *The making of the Georgian nation*. Indiana University Press. ISBN: 978-0253207672;
- Suny, R. G. (1994). *The revenge of the past: Nationalism, revolution, and the collapse of the Soviet Union*. Stanford University Press. ISBN: 978-0804725659;
- Szoka, B. and Marcus, A. (eds). (2011) "Chapter 3: Is Internet Exceptionalism Dead?" *The Next Digital Decade: Essays on the Future of the Internet*. Washington D.C.: Tech Freedom.org. Retrieved from: https://scholarship.law.columbia.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2677&context=faculty_scholarship (28.01.2025);
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). *Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72–82. doi: 10.1016/j.jretconser.2019.05.026;
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). *Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72–82. doi: 10.1016/j.jretconser.2019.05.026;
- Tarde, G. (2010), *On Communication and Social Influence*, ed. Terry N. Clark (Chicago: University of Chicago Press, 2010), 304, 315;
- The Economist. (2016, September 10). Art of the lie. *The Economist*. Retrieved from: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie> (17. 01.2025);
- Tindale, C. W. (2007). *Fallacies and argument appraisal*. Cambridge University Press. ISBN: 978-0521692762;

- Trevors, G., & Kendeou, P. (2020). *The effects of positive and negative emotional text content on knowledge revision*. Quarterly Journal of Experimental Psychology, 174702182091381. doi:10.1177/1747021820913816;
- Tsotniashvili, Z. (2024). Disinformation manipulation by misinterpretation of a historical fact. *Pindus Journal of Culture, Literature, and ELT*, 6, 1–3. <https://literature.academicjournal.io/>;
- Turner, F. (2006). *From Counterculture to Cyberculture*. Chicago, IL: University of Chicago Press;
- Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J. D., Campbell, W. K., & Bushman, B. J. (2008). Egos inflating over time: a cross-temporal meta-analysis of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of personality*, 76(4), 875–928. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2008.00507.x>;
- US Legal, (n.d.). Retrieved from: <https://definitions.uslegal.com/m/media-manipulation/> (17.01.2025);
- Utz, S., Tanis, M., & Vermeulen, I. (2012). *It Is All About Being Popular: The Effects of Need for Popularity on Social Network Site Use*. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15(1), 37–42. doi:10.1089/cyber.2010.0651;
- Valkenburg, P. M., Krmar, M., Peeters, A. L., & Marseille, N. M. (1999). Developing a scale to assess three styles of television mediation: "Restrictive mediation, instructive mediation, and social coviewing." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 52–66. DOI: 10.1080/08838159909364474;
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>;
- Van Dijk, T. A. (2006). *Discourse and manipulation*. *Discourse & Society*, 17(3), 359–383. doi:10.1177/0957926506060250;
- Van Eemeren, F. H., & Grootendorst, R. (2004). *A systematic theory of argumentation: The pragma-dialectical approach*. Cambridge University Press. ISBN: 978-0521537677;
- Walton, D. (1999). *One-sided arguments: A dialectical analysis of bias*. SUNY Press. Paperback: 9780791442685;
- Wang, C., Pan, R., Wan, X., Tan, Y., Xu, L., & Ho, C. S. (2020). *Immediate psychological responses and associated factors during the initial stage of the 2019 coronavirus disease (COVID-19) epidemic among the general population in China*. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(5), 1729. <https://doi.org/10.3390%2Fijerph17051729>;
- Ware, A. (1981). *The Concept of Manipulation: Its Relation to Democracy and Power*. British Journal of Political Science, 11(02), 163. doi:10.1017/s0007123400002556;
- Watts, C. (2018). *Messing with the enemy*. USA. New York: Harpers-Collins Publisher;

- Yurchak, A. (2006). *Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation*. Princeton University Press. Retrieved from: <https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691121178/everything-was-forever-until-it-was-no-more> (08.01.2025);
- Zhu, Y., & Dukes, A. (2015). Selective Reporting of Factual Content by Commercial Media. *Journal of Marketing Research*, 52(1), 56–76. <http://www.jstor.org/stable/43832342>;
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.

დანართები

დანართი N1

სიდრმისეულ ინტერვიუში ჩართული ექსპერტები:

1. Espen Egil Hansen - ციფრული ტრანსფორმაციის სპეციალისტი;
2. Raquel Ibáñez López - ფსიქოლოგი, ნეიროფსიქოლოგი, კიბერუსაფრთხოების სპეციალისტი, FIMI მკვლევარი;
3. გერნოტ ვოლფრამი (Gernot Wolfram) - პროფესორი, მეხსიერების მკვლევარი;
4. რევაზ ჯორბენაძე - ფსიქოლოგი (თსუ სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსი);
5. რევაზ გაჩეჩილაძე - თსუ პროფესორი, აკადემიკოსი, ისტორიკოსი, აღმოსავლეთმცოდნე;
6. სოსო დოლიძე - ასოცირებული პროფესორი, ფსიქოთრაპევტი
7. დიმიტრი სილაქაძე - ისტორიკოსი;
8. მამუკა არეშიძე - კონფლიქტოლოგი, პოლიტოლოგი'
9. სამველ მარტიროსიანი - ერევნის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ლექტორი, მედიაექსპერტი ყალბი ინფორმაციების მიმართულებით;
10. ედგარ ვარდანიანი - მედია მკვლევარი'
11. ნალაშ მარტიროსიანი - ერევნის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის ფაკულტეტის დეკანი (მრჩეველი);

დანართი N2

ინტერვიუს გზამკვლევი (ქართველი და სომეხი ექსპერტებისთვის)

შენიშვნა: სომეხ ექსპერტებს იგივე კითხვარი სომხურ ენაზე გაეგზავნათ

მოგესალმებით, მე გახლავართ ლიანა მარქარიანი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის მიმართულების მედიის კვლევების პროგრამის დოქტორანტი.

კვლევა ეხება მანიპულაციური მექანიზმების ტრანსფორმაციას საბჭოთა პრესიდან ციფრულ მედიაში; ასევე მოიცავს მანიპულაციების ტიპოლოგიას, გავლენებს და ისტორიულ-შედარებით ანალიზს საქართველოს და სომხეთის მაგალითზე.

პირველყოვლისა, დიდ მადლობას მოგახსენებთ კვლევაში მონაწილეობისთვის.

ინტერვიუს ხანგრძლივობა შესაძლოა მერყეობდეს 30 წუთსა და 40 წუთს შორის. შეგახსენებთ, რომ ის სრულიად ნებაყოფლობითია და ნებისმიერ დროს და ნებისმიერი მიზეზით შეგიძლიათ შეწყვიტოთ მონაწილეობა.

ინტერვიუს დაწყებამდე, მსურს დააფიქსიროთ თქვენი თანხმობა, რათა შევძლო ინტერვიუს აუდიო/ვიდეო ჩაწერა. თქვენი პასუხები იქნება კონფიდენციალური. შესაბამისად, საბოლოო გაანალიზებულ ტექსტში არ იქნება ნახსენები თუ ვის ეკუთვნის გარკვეული კომენტარი. ნაშრომის ბოლოს - დანართებში იქნება რესპონდენტთა ჩამონათვალი - სახელის, გვარისა და რეგალიის მითითებით.

შენიშვნა: კვლევისთვის შეირჩა ნახევრადსტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუს ფორმა, რაც გულისხმობს, რომ ავტორი კითხვებს ექსპერტის პროფესიის მიხედვით ირჩევდა, რათა მოერგო ისინი მის კომპეტენციას.

შესავალი ნაწილი:

1. ისტორიკოსები: როგორი იყო ისტორიული წინაპირობები საქართველოში და სომხეთში 1962, 1964 და 1969 წლებამდე?
2. რაოდენობრივი კვლევის მიხედვით ქართულ საბჭოთა პრესაში დასავლეთის დემონიზაციის მეტი მცდელობა გვხვდება, ვიდრე სომხურ პრესაში - თქვენი აზრით რით იყო ეს გამოწვეული?

ძირითადი ნაწილი:

- რას ფიქრობთ, რა ეფექტი შეიძლება ჰქონდეს წლების განმავლობაში საზოგადოების აზრით მანიპულაციას?
- ისტორიკოსები: შეეძლო თუ არა საბჭოთა პრესის მანიპულაციურ შინაარსს, რომელიც ორივე ქვეყანაში ფსევდო-პოზიტივს ეყრდნობოდა, სომხეთსა და საქართველოს შორის შუღლის გაღვივება?
- თქვენი აზრით, ციფრული მედიის გაჩენით, როგორ ტრანსფორმირდა და რა შეიცვალა ინფორმაციით მანიპულაციების მეთოდოლოგიაში?
- როგორ ახსნიდით მეხსიერებით და ისტორიით მანიპულაციის ფენომენს?

- მიგაჩნიათ თუ არა, რომ შეგვიძლია წინ წამოვიწიოთ ფსევდო-პოზიტივით მანიპულაცია? როგორ განმარტავდით ამ ფენომენს?
- ფსიქოლოგები: ქვეცნობიერის და კოგნიტიურ დონეზე, რა გავლენები აქვს ადამიანზე პოზიტიური რეალობის გაუჩინარებას?
- აფერხებს თუ არა დემოკრატიზაციის პროცესს მანიპულირებული და ჩარჩოებში ჩასმული პრესა?
- შეგიძლიათ თუ არა გამოყოთ ნარატივები, რომელსაც დღეს მესამე ძალა იყენებს თქვენი ქვეყნის (საქართველო/სომხეთი) ინფორმაციულ სივრცეში ჩარევისას?
- თქვენი აზრით, ძირითადად, რას ეფუძნება ეს ნარატივები?

დასკვნითი ნაწილი:

თქვენი მხრიდან რას დაამატებდით?;

დანართი N3

ინტერვიუს გზამკვლევი (უცხოელი კონსულტანტები)

Hello Dear N/S, my name is Liana Markariani, a doctoral candidate in the media studies program of the Ivane Javakhishvili Tbilisi State University in the direction of journalism and mass communication.

My research concerns the transformation of manipulative mechanisms from Soviet media to modern times. Study aims to find typology of manipulations, its effects and also includes a historical-comparative analysis on the example of Georgia and Armenia.

First of all, thank you very much for participating in the study.

The duration of the interview may vary between 30-40 minutes. We remind you that it is completely voluntary and you can stop it at any time and for any reason.

Before the interview begins, I would like to obtain your consent so that I may audio/video record the interview. Your responses will be kept confidential. Therefore, in the final analyzed text, it will not be mentioned to whom certain answers belong. At the end of the paper - in the appendices - there will be a complete unified list of respondents, indicating their name, surname and status.

Note: A semi-structured in-depth interview format was chosen for the study, which means that the questions varied according to the expert's profession and were adapted to his competence.

Questions:

Introduction:

- Historians: What were the historical preconditions in Georgia and Armenia leading up to 1962, 1964, and 1969?
- According to quantitative research, attempts to demonize the West are more prevalent in the Georgian Soviet press compared to the Armenian press. In your opinion, what caused this disparity?

Main Part:

- What do you think is the long-term effect of manipulating public opinion over the years?
- Historians: Could the manipulative content of the Soviet press, based on pseudo-positivity, have contributed to fostering animosity between Armenia and Georgia?
- In your view, how has the emergence of digital media transformed and altered the methodologies of information manipulation?
- How would you explain the phenomenon of manipulation through memory and history?
- Do you believe we can foreground the concept of manipulation through pseudo-positivity? How would you define this phenomenon?
- Psychologists: At the subconscious and cognitive levels, what impact does the disappearance of a positive reality have on individuals?
- Does manipulative and framed press hinder the process of democratization?
- What narratives would you highlight in your country's context (Georgia/Armenia) that are currently used by third-party actors to interfere in the country's informational space?
- In your opinion, what are the main foundations of these narratives?

Conclusion:

- Is there anything you would like to add from your perspective?;

დანართი N4

**საქრანოსი
კავშირები**

ნოვ-ნოვოპოლი, 11 იანვარი. (საქდესი).
განათლება „ნიუ-იორკ შინაარსი“ გამოაქვე-
ყნა დიდი პირსონის სტატიამ ამერიკის
შეერთებული შტატების კონგრესს
სადაზერტო სამართლებლის ახალი ხელ-
შეწყობის ჯონ მაკოულის შესახებ. პი-
რსონი წერს, რომ თუ სენატის შეარჩე-
ბული ძალუბან საქმეთა კომისიის წევ-
რები რომელიმე უნდა დამტკიცოს მა-
კოულის დანაშაუნი, „ნიუ-იორკი თავიან-
თი საყოთარ ურეთისი სსდმითა თქ-
მებს, რომლებიც 1953 წლის ივნისში და-
შვსტაშ დღეებში გაიმართა. ისინი ელ-
მთავრები უნდათქონა, სადაზერტო სა-
მართლის ახალი ხელშეწყობის ზო-
გარით განსაცხადებულ სტრატეგიას, ავ-
რითვე ზოგერთ ცნობას თუითონ მის
შესახებ. ჭერ კიდევ იმ დროს, აღნიშ-
ნავს პირსონი, რომ მაკოულს უკავა შე-
ერთებული შტატების დივიციის მიხისტ-
რის მოადგილის პოსტი, შან „კაიბერ-
დარტის“ კომპანიის მოცა საქვაითთ-
სტრატეგის თუითონი „თუარტორიანი“ დღე-
ინე ბოქსარის“ მშენებლობის კონტრაქ-
ტი იმ დანად, რომელიც ერთიანად ილა-
ჩიტება თასს, რისაც მთავრობა იხდის.
„ერთმა არსებულად, განკარგობს
მნიშვნელოვან: ნარმომადღენლოთა პალა-
ტის წევრები ელვინ თუ კონსერტის კო-
ლუბს არსებულად მაკოულს ბრალად
დაადა, რომ შან შხთლოთ დროებით
დატოვა თუთის „შერტორიანი“ კარ-
პორტის“ პრეზიდენტის პოსტი...
მაკოულმა უარყო ეს განცხადება. მიუ-
ხედავად მისა შან ვერ უარყო, რომ ბე-
რტლის თახს აქვს „კაიბერ-დარტის“
კომპანიის 4.200 აქცია. შინაც ცუტა
შრომა რაღი მოუხდა, რომ შარწველ წა-
რმოვლინა იმ უაქტების მეტად უჩვეუ-
ლო წაჭი, რომლებიც სენატორმა ბრი-
ჯმანა შარადგინა სენატის შეარჩეული
ძალეების საქმეთა კომისიის კვეკომისიის
გენსახილველად იმასთან დაკავშირებით,
რომ „კაიბერ-დარტის“ კომპანია მო-
ცა „ულოინე ბოქსარის“ მშენებლობის
კონტრაქტი.

დანართი N5

**გაიხსნა ამერიკის
კონგრესის სესია**

**ნარსეში. ხელსუფლების
სამთავროს ურთი
წლის შემდეგ: ახლავს
გაზეთი „ნიუ-იორკ ტაიმ-
სი“. შარწადნე კინელის**

მარტინი, 11 იანვარი. საქდესი
კონგრესის გაშეშენიანი დროში-
გება.

**გუშინ აქ გაიხსნა ამე-
რიკის შეერთებული შტატების
87-ე კონგრესის კონ-
გრესის მეთორ სესია.** ში-
გაშა განაშტეს წარმო-
დგენლობითა ბალანს და
სტატუსი.

**ამერიკის პრესა წინასწარ
არსებულებს, რომ კენე-
დის მომართა შინა დავ
სამთავროს შარწადნე კონ-**

კონგრესი კონგრესის დიდი უფრო შინა-
სტანდარტებში ახარის იმში გაე-
წიას გარკვეულ ძეგრს კონსერვატივის
სანარგებლობ.

პოლიტიკურ ძალითა განლაგება კონ-
გრესი მეთორ სესიას განსანს დღეს შარ-
დგია სენატში დემოკრატებს ეკუთვნით
64 ადგილი, რესპუბლიკელებს — 36 ად-
გილი. წარმომადგენელთა პალატაში დე-
მოკრატებს აქვთ 258 ადგილი, რესპუბ-
ლიკელებს — 174 ადგილი. 5 ადგილი
პარტიკარა
კონგრესის მეთავრის პარტია დღე
ორგანიზირულ საქონებეს მიუძღვნა.

დანართი N6

ნოვ-ნოვოპოლი, 22 იანვარი. (საქდესი).
ამერიკის შეერთებული შტატების
მეშვიდე უფლოტი შხად არის
მხარი დაუტორის მოლანდიელ კო-
ლონიზატორებს, წერს დღეს გაზე-
თი „აქაბატა“.

დასაუფლოთ ირანის საქითხი, გა-
ნაცხადა არს-კონფერენციას შა-
ლაქ ნახაში (ოქინავა) ამერიკის შე-
ერთებული შტატების მეშვიდე
უფლოტის ხარდალში, ხუთ უფრო
სერიოზული ხდებდა.

ამერიკის სამხედრო-საზღვაო შა-
ლენი, თქვა შან, დაუყოფნებლიც და-
იწყებენ მოქმედებას, როგორც კი
შიილებმა პრეზიდენტ კენედის ბრძა-
ნებას.

დანართი N7



დანართი N8



დანართი N9



დანართი N10



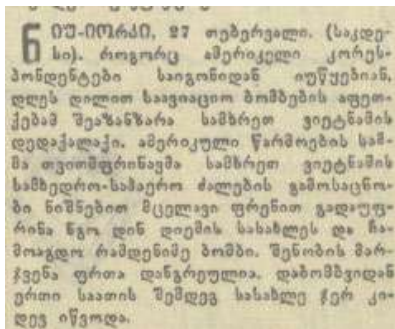
დანართი N11



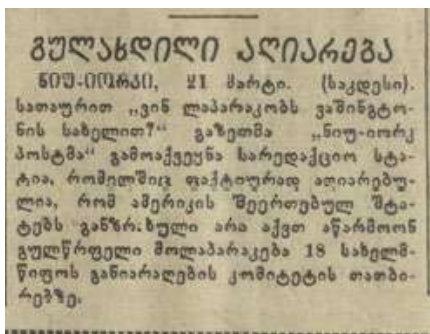
დანართი 12



დანართი N13




დანართი N14



დანართი N15

აღმოსავლური ცენტრი



აღმოსავლური ცენტრი, რომელიც მოიცავს საქართველოს, აზერბაიჯანს და სომხეთს, მდებარეობს კავკასიის მთიანეთში. ეს რეგიონი მდიდარია მრეწველობით და სოფლის მეურნეობით. მისი მთავარი ქალაქებია თბილისი, ბაქო და ერევანი.

აღმოსავლური ცენტრის მნიშვნელოვანი მახასიათებელია მისი მრეწველობითი პოტენციალი, განსაკუთრებით მეტალურგიისა და მანქანათმშენებლობის სფეროში. რეგიონის მთავარი სავაჭრო ცენტრები არიან თბილისი, ბაქო და ერევანი, რომლებიც უზრუნველყოფენ რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებას.

აღმოსავლური ცენტრის მნიშვნელოვანი მახასიათებელია მისი მრეწველობითი პოტენციალი, განსაკუთრებით მეტალურგიისა და მანქანათმშენებლობის სფეროში. რეგიონის მთავარი სავაჭრო ცენტრები არიან თბილისი, ბაქო და ერევანი, რომლებიც უზრუნველყოფენ რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებას.

დანართი N16

ინფორმაციის აგეგმვა

ლონდონი, 4 იანვარი. (საყდესი). როგორც რეიტერის სააგენტოს კორესპონდენტი ბალდინი განმარტებებს, ერაყის მთავრობამ ინფორმაცია მიწოდების აგეგმვის წინააღმდეგ პროტესტის ნიშნად, შესაძლებელია უარი თქვას იანვრის დამლევის განაახლოს შეთანხმება, რომელიც მოლანდის საავიაციო კომპანიას „როილ და ერლინს“ ნება ეძლევა ისარგებლოს ერაყის აეროდრომებით.

დანართი N17

შეიქმნა ჩაიფუშა



ჩაიფუშა
ჩაიფუშა ჩაიფუშა

რატომ გადამს გლანს გაფრანს

გლანს გაფრანს, რომელიც მოიცავს საქართველოს, აზერბაიჯანს და სომხეთს, მდებარეობს კავკასიის მთიანეთში. ეს რეგიონი მდიდარია მრეწველობით და სოფლის მეურნეობით. მისი მთავარი ქალაქებია თბილისი, ბაქო და ერევანი.

დანართი N18

ა ი რ ა გ ე ს ტ ა ი ვ ა თ გ უ ლ ი

3 ვ რ ა დ ე, ვერც ერთ მხელაში ვერ წახვთ უსამშრო სამართლის პირობებს. გულმოდგინება კი დასტოვებთ აქვთ.

განა დრო არ არის, რომ ახალციხის რაიონის საჯარო ქულის მუშაკებმა იზრუნონ ამ მიზნით რომანაგულს უზრუნველყოფისთვის?

ბ. სანაძე, დ. იაშვი, ს. პატრიკაშვილი, შ. ხაბუაძე, შ. თათიშვილი.

ლ ა ნ ზ უ თ ი ს რაიონის სოფელ ჯამნის კარგა ხანია აღარ გინახავს ახალი კინო, არც კულტი გაქვს, რომლებსაც გავრძელებოდა ახვ?

მ. ბაქრაძე.

ს ლ ა მ ი ა ნ ს სოფელ ჩრდილო (ორკონიკის რაიონი) მუშაკობა უზრუნველდება გზები ოდრონორება.

კვიციანი, სასოფლო საბჭოების ხელმძღვანელები რატომ უყურობენ ამ ნაკლს.

ნ. ხაბუაძე.

3 ი ნ ა გ ე კ ი ა მ ბოლო ხანებში ცხაბია-დიდი ქუთის გზაზე გავლია, აუდიუბლად წახვდა მთელს ქუჩებს და მიდებს... განსაკუთრებით ყველა მდგომარეობა სოფელ ნახარკლას უბანზე.

ორი რაიონის — ყვავიასა და გუგუთის დამავაშრებელ ამ გზას ცდილობს სჭირდება.

მ. ჯამაზია.

6 რ ს ი რ ი ს დანის საბჭოთა მუშაკების ტერიტორიაზე მშობრება თათის ახალი კინოს ჩვენება თვითა, არც ახალ ფურსალა შედგობა ვარც უზრუნველყოფილი. ვისიერ ვლექტროგანათებაზე ხომ დამატაცივ ბეღებია.

მ. ხაბუაძე.

დანართი N19

მ შ ვ ე რ ა ვ ე ბ ი დ ი კ ლ ო მ ა ტ ე ბ ი ს რ ო ლ შ ი

ნ ი შ - ი ო რ ა ბ ი, 23 ი ა ნ ვ ა რ ი (ს ა კ დ ე ს ი):

ამერიკის სახლგარეოთის საელჩოსთან პირსთნალო უპირატესად შედგება არა დიპლომატებისაგან, არამედ ცენტრალურა სადაზვერვო სამმართველოსა და გავითხეების ფედერალურ ბიუროს აგენტებისაგან ამ გულახდილ აღიარების მკითხველებს სთავაზობს გაზეთი „ნიუ-იორკ თორალდ ტილიგრამ ენდ სანი“.

„ნიუ-იორკ თორალდ ტილიგრამ ენდ სანი“ გამოთქვამს უკმაყოფილებას ამერიკის სადაზვერვის საქმიანობის გამო, რთმელმაც, გაზეთის აზრით, „საქმე ჩაფურშა“ კუბაში, სამხრეთ ვიეტნამში, კამბოჯაში, ზანზიბარსა და პანამაში და წერს, რომ გამოძიების ფედერალური ბიუროს აგენტები დიპლომატიური ატაშეების რანგით ინაშენებთან ოფიციალურად ამერიკის საელჩოებში სახლგარეოთ. მაგრამ, ხან-

განმით აღნიშნავს გაზეთი, მათი რიცხვი საელჩოებში არ არის დიდი ცენტრალური სადაზვერვო სამმართველოს აგენტების რიცხვთან შედარებით, გაზეთის აღიარებით, ამერიკულ მხეერათა კონტინგენტი საელჩოებში „ხშირად აღემატება ამ საელჩოებში საბელმწიფო დეპარტამენტის წარმომადგენელთა მთელ შემადგენლობას“. ხშირად ცენტრალური სადაზვერვო სამმართველოს თანამშრომლებს უკავიათ საელჩოს მთელი სართულები. გაზეთის ცნობით, ცენტრალური სადაზვერვო სამმართველო სახლგარეოთ ყოველწლიურად ხარჯავს დაახლოებით 750 მილიონ დოლარს.

მ ა ი ლ შ ე ბ ი ა ს ა მ ხ რ ა თ ვ ი ე მ ნ ა ვ ე ბ ი

სამხრეთ ვიეტნამში კვლავ მშენებარებს ქოლერის ეპიდემია. მდინარე მეკონგის დელტაში მდებარე მ პაროკინციისაში გავრცელებულია ეპიდემია. მართო საიფონში ქოლერისაგან 110-ზე მეტი კაცი დაიღუპა. (საკდესი).

დანართი N20

ვახინგაონი, 28 თებერვალი. (საკლესო). გუშინ აქ გაიმართა ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო მდივნის ლ. რასკის შორივი პრეს-კონფერენცია, რომელზეც დიდი ყურადღება მიექცა სამხრეთ ვიეტნამის მდგომარეობას. რასკი შეეცადა ამერიკის პოლიტიკის ჩაფუძვლა სამხრეთ ვიეტნამში აეხსნა „გარედან ჩარევით“. ითვალისწინებოდა თუ არა რაიმე შესაძლებლობა, რომ მდგომარეობა სამხრეთ ვიეტნამში მოწესრიგდეს პოლიტიკური და არა სამხედრო საშუალებებით? — შეეკითხნენ სახელმწიფო მდივნს. რასკმა არსებითად უარყო პოლიტიკური მოწესრიგება.

რასკს სთხოვეს გამოეთქვა აზრი 18 სახელმწიფოს განიარაღების კომიტეტის მუშაობის შესახებ. „მე ვიტყვი, რომ იქიდან მიღებული ცნობები არ არის გამაზნებელი, მაგრამ არც მაინც და მაინც უნდა ვთქვათ, თქვა სახელმწიფო მდივანმა.

რასკმა განაცხადა, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები და სამხრეთი კავშირი განაგრძობენ აზრთა გაზიარებას, რათა „გამოარკვიონ, რა სფეროებშია შესაძლებელი პროგრესი“.

პრეს-კონფერენციის მსვლელობაში რასკმა აღიარა, რომ ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და მათ ნატოელ კავშირებს შორის არის უთანხმოება აღმოსავლეთსა და დასავლეთს შორის ვაჭრობის საკითხში.

შეესო რა პანამის კრიზისს, რასკმა განაცხადა, რომ ჯერ არ უნახავს წინადადება, რომელიც მისაღები იყოს როგორც შეერთებული შტატებისათვის, ისე პანამისთვისაც.

დანართი N21

ვახინგაონი, 4 თებერვალი. (საკლესო). გაშინგტონში აშკარად ლაპარაკობენ იმაზე, რომ გაძლიერდა ომი სამხრეთ ვიეტნამში.

შაბათს ეს განაცხადა პრეს-კონფერენციაზე ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტმა ლ. ჯონსონმა. გუშინ ეს თემა განხილთარა სენატის შეიარაღებული ძალების საქმეთა კომისიის წევრების წინაშე თაღლიცების მინისტრმა რ. მაკნამარამ. მან თქვა, რომ „ჩვენი სრული მხარდაჭერით“ სამხრეთ ვიეტნამის ახალი სამხედრო ხუროთმოძღვრება თანდათანობით მცირდება.

პენტაგონში იღიშნავენ, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები სამხრეთ ვიეტნამში უწინარეს ყოვლისა, „დამატებით გააზავნან შეიარაღებასა და სპეციალისტებს“. შეერთებული შტატები, აცხადებენ პენტაგონელი გენერლები, „არ ამირებენ ერთი ადგილი ტვიპონ“.

დანართი N22

ავსტრალიის რეიგანმა მიიღო ემიგრანტი ნაპირალაზი

ვახინგაონი. პრეზიდენტმა რ. რეიგანმა თორს ხაზში შეხვედრა მოაწყო სხვადასხვა ჯუბის ემიგრანტ ნაპირალეზთან, მათ შორის კუბის კონტრარევოლუციურა ნაპირალეზების შეთაურებთან. ვაშინგტონის აღმინისტრაციის შეთაურის სიტყვაში უბეად იყო საზინლარი პორები კუბისა და სამხრეთი კავშირის პოლიტიკის მიმართ. ამასთან, პრეზიდენტმა განაცხადა, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები თუ არ გამოეყოფს საპირის სახსრებს ემიგრანტთა წრეებს, რომლებსაც მან თავისი შეგობრები უწოდა, „სახლის გვერდით“ რომ იმყოფებოდნენ, მაშ მსოფლიოში ვინ დაიჭრებს იმას, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები აღმოუჩენს მათ სამხედრო დახმარებას ახლო აღმოსავლეთში ან ევროპაში.

რეიგანის გამოსვლა თვალნათლად მოწმობს, რომ როცა საქმე ეხება ამერიკის კონკრეტულ პოლიტიკურ მიზნებს, სხვა სახელმწიფოების საშინაო საქმეებში ჩარევას, ამ შემთხვევაში ცენტრალურ ამერიკაში, მაშინ იგი უარს არ ამბობს გამოიყენოს ყველა საშუალება, რომელთა მიზანია დახმარება აღმოუჩინოს დიქტატორულ რეჟიმებს, კონტრარევოლუციონერთა ბანდებსა და სხვა ნაპირალეზს.

დანართი N23

**მიწისძვრება ატომური
აფეთქება ამერიკაში**

ვაშინგტონი, 15 აპრილი. (საქდესი).
ფლეს ამერიკის შეერთებული შტატების ატომური ენერჯია კომისიამ განაცხადა, რომ ნევადას შტატის გამოსაცდელ პოლიგონზე განახორციელეს მიწისძვრება ატომური აფეთქება.

დანართი N24

**ფილელ კასტრო: ამერიკის საღავერეო
სამმართველო კუბის მტერია**

ჰავანა, (საქდესი). კუბის პრემიერ-მინისტრმა ფილელ კასტრომ ადგილობრივ და უცხოელ ჟურნალისტებთან საუბარში, რომელიც გაიმართა დირბანობაზე ინგლისის საელჩოში, განაცხადა: ჩვენ მტრულ გეგმას, რომ რევოლუციის მოხდენა ქვეყნის სიშინაო საქმეა, კუბას შეუძლია რევოლუციურ მოძრაობაზე გავლენა მოახდინოს თავისი მაგალითით, და მაგალითის ამ გავლენას კერძოების მოსპობას. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ რევოლუციების გქსპორტი არ შეიძლება.

შემდეგ კასტრო მეტო კუბის ურთიერთობას შეერთებულ შტატებთან. ჩვენ, თქვა მან, ყველა ვიპოვებთ, რომ მზადა გართ ვაწარმოოთ შოლაპარაკება შეერთებულ შტატებთან თანაწილობისა და ურთიერთ პატრისციების საფუძველზე. ჩვენი ერთადერთი და მთავარი მტერია, ხაზგასმით აღნიშნა პრემიერ-მინისტრმა, ამერიკის შეერთებული შტატების ცენტრალურ საღავერეო სამმართველო.

**ნოკავერის კოგავრეის
ცენტრალური კომიზბუნის
ადეუსი**

ოსლო, 15 ივნისი. (საქდესი).

დანართი N25

**კიდევე ერთი
კანეზალი**

ვაშინგტონი, 4 ივნისი. (საქდესი). საზნარეო ვიეტნამის მაროონეტული მთავრობის საგარეო საქმეთა მინისტრმა ფან გუი კუატმა გუშინ მხარი დაუჭირა იმას, რომ გამოიყენონ ატომური იარაღი ვიეტნამელი ხალხის წინააღმდეგ.

პრესის ეროვნულ კლუბში გამოსვლის დროს ფან გუი კუატს კეთილეს, მხარს უჭერს თუ არა იმას, რომ ატომური იარაღი გამოიყენონ პარტიზანების წინააღმდეგ?

„თუ საჭირო იქნება, — განაცხადა ამ მინისტრმა — კანიბალმა, — უნდა გამოიყენონ ვოველგვარი სახეობის იარაღი“.

დანართი N26

პენსაგონი პლიკაგის

პენსაგონი, 13 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარე აშორებს სანაპიროს მდინარეებს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს სანაპიროს მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

ხელში ჩაიგდეს ქანსარ მუხაბარკი

ქანსარ, 13 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

საჩინო პრეზიდენტი

საჩინო, 13 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

ნოვა-იორკი, 14 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

მოკარასია ჩივიალა

მოკარასია, 14 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

მალაქაგონი

მალაქაგონი, 14 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

კუ-კლუგ-კლანი

კუ-კლუგ-კლანი, 14 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

დანართი N27

დააკატიმრეს ჟურნალისტი

ნოვა-იორკი, 4 ნოემბერი, (საქ-ღესსი), ასოციაციის მხარეების სააკადემიის კორესპონდენტის იმონიებს საფიციალური წყაროებს და და-დასახლებულს, რომ ბოლივიში დააკატიმრეს სააკადემიის კორესპონდენტი ხოსე ლუის კუბეტო არტეგა.

პრადა, 4 ნოემბერი, (საქ-ღესსი), ჟურნალისტი სააკადემიის კორესპონდენტი ხოსე ლუის კუბეტო არტეგა დააკატიმრეს მის დაკავშირებულ განთავსებულს. ამას თქვია ხოსე ლუის კუბეტო არტეგა.

დანართი N28

თავდასხვა ნაღობსაგა

თავდასხვა, 14 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

თავდასხვა, 14 აგვისტო, (საქ-ღესსი), 246 დასახლებული პუნქტი, რომელიც აქვთ, აშორებს შვეიცარიის მტკნარ ტყეებს სანაპიროს დასახლებულს. მდინარეებს შორის სანაპიროს დასახლებულს.

ճանարտ N32

ԱՌԱՏ ԱՅՈՒՆ ԵՎ ՄՐՐԻԿ ԱՆՔԼԻԱՅՈՒՄ
 (ՈՆՊՈՆ, 28 դեկտեմբերի (ՏԱՍՍ).— Անգլիայի արևմտյան մասում վերջին որերս տեղում էր ատաղ էյուն և մոլորեցում էր մըր-բիկը. նրեկ էյունն ու սառույցը մի մեծ տերիտորիայի նաևա-պարհներին կաշկանդել էին երթե-վեկովիջուկը: Ուելսի շատ քնակա-վայրեր իրականում կտրվել էին արտաքին աշխարհից: Որոշ տեղե-րում կենդանիների մատա-կարարման խափանումներ եղան. խախտվեց Տեռախոսային կապը:

ճանարտ N33



Հարավիստանից 19-ամյա կամ 20-ամյա զինվորացի այն բանը, որ սկզբում պայտառ էր իր հայրենի ապարդյուն համար: Մեկուկես անգլիկ կառավարիչը մեծ-ուսույն կատարել էր զինվորի նկատմամբ: Բայց Հարավիս-տանի ժողովուրդը չէր կարող լինել զինվոր: Մեծ է այն ժամը, երբ հեռավոր պատերազմի ի-նչ շարժումներով հա-մար:

ՆՈՐՈՑԻՆ — 1. կրակ ան Կու-րի ամուն 16 սկզբնական: 2. Վերջն անկողնակները:— Գլխի կրակը մեկը սուր: Կատար: 1919—1920



ճանարտ N34

ԻՐԱՆԻ ԵՐԶՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՀԱՐԱՎԱՅԻՆ ՎԻՏՆԱՄՈՒՄ
 ՆՅՈՒՑՈՐԸ, 21 դեկտեմբերի (ՏԱՍՍ).— Իրանի ժողովուրդի բանակցությունները սե-Սալթանում գրովի են իրենց լարված է: Մե-յն հաջորդում են սարսափելի թշուրհի-րներ, որոնք նրեկ քեթիկն ազգային բարեբաղյուն խորհուրդը և իրանական ժողովուրդը վերջին իրենց մե-քը: Միջանց լնա վեճ են սկսել այն հարցի շուրջը, թե ինչ անել պետք է ժողովուր-դին և սարսափելի շարժումներին խմբի լիզերներից մեկի գեներալ Նուրի Քանի ներ-քակուման մասին: Սակայն այն լուրերը լն հաստատվել: Այստեղ գեներալ Քանի քանակցում էր պրեմիեր-մինիստր Ֆահրուզին և պե-տության քաղաքացիական ղեկավար Ֆահրուզին Նուրի Քանի, որոնք անվանապես զեն մեում են իրանական ղյուլի բանակցությունները սե-զի էին սկսելում աներիկյան զենպան գեներալ Քանի ներկայությամբ: Ամերիկյան ղեկավար գեներալ Քանի, որ ինքը ղեկավար էր իրանա-յան գեներալների գործողություններից և Նուրի Քանի պատենացի էր զազարեցել: Հարավային Վիտնամի ջուլը արվող աներիկյան պետե-թյունը, նրեկ կրանք ղեկավարներ կարգ ու կանոն շահատանն սեփական ասելը:

(ՈՆՊՈՆ, 21 դեկտեմբերի (ՏԱՍՍ).— Մե-յն հաջորդում է թեյանը գործակալության թղթակցից: Ընդարձակում էր լնա Սալթանում քաղաքական շատ գործիչների և պատերազ-մի շարժումներ են կատարվել: Արդեն ներքակա-ված է ավելի քան 50 մարդ:

დანართი N38



დანართი N39



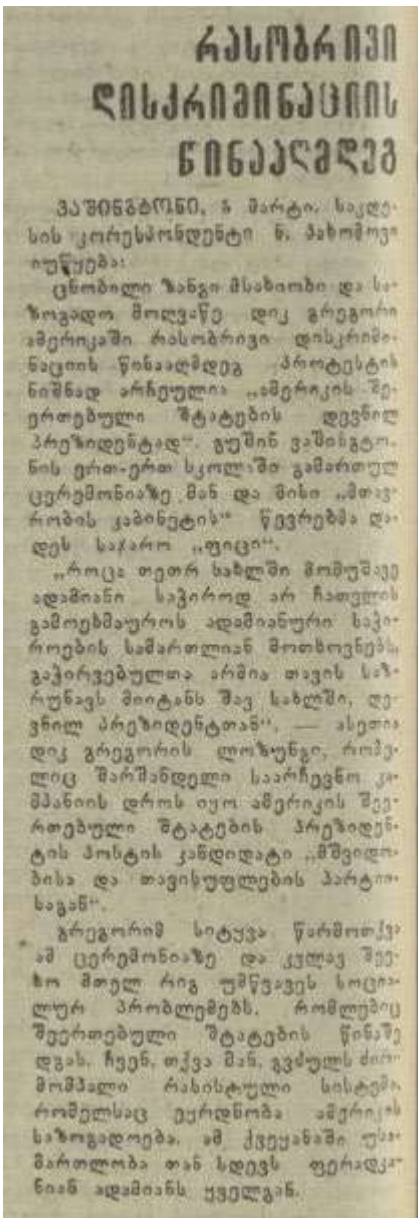
დანართი N40



დანართი N41



დანართი N42



დანართი N43

პროისრაელური პაპიანის ნიუ-იორკში

ნიუ-იორკი, 2 ოქტომბერი.
(საქდესი). გუგინის ისრაელის პრე-
ვიერ-მინისტრმა გოლდა მეირ-
მა დაამთავრა თავისი ორი დღის
გზიანი ნიუ-იორკში და ლოს-
ანჯელესში გაფრინდა.
მეირის მიერ შემოტანილი შტა-
ტების უდიდეს ქალაქში გოლდა
მეირის მოგზაობა გახდა ფართო
პროისრაელური პროპაგანდისტუ-
რი კამპანიის კლამინატიური
პუნქტი. მრავალი სიტყვა, რომ-
ლებიც ამ ორ დღეში წარმოთქვა

გოლდა მეირმა, ისახაედა ერთ
მიზანს — შეცდომაში შეყვანა
ამერიკის საზოგადოებრივი აზრი
და წარმოედგინა ისრაელი რო-
გორც ახლო აღმოსავლეთში მშვი-
დობის მთავარი დამცველი. მეირს
არც ერთი სიტყვა იმ დაუძრავს
იმის შესახებ, ავირებს თუ არა
ისრაელი შეასრულოს ემიგრაც-
იის საბჭოს რეზოლუცია და დე-
ტროის მის მიერ ოკუპირებული
არაბული ტერიტორიები.

დანართი N44

ჰილი იარაღს აშლარუნებს

ლუდვიგი, 5 ნოემბერი. სტრას-
ბურგის მთავრობის მიერ და-
სრულებულია მთელი მუშა-
ობის განხორციელება. მთელი
მუშაობის განხორციელება
დასრულდა 1939-40 წ. და
დასრულდა სტრასბურგის
მთავრობის მიერ დასრუ-
ლებული მუშაობის განხორ-
ციელება. მთელი მუშაობის
განხორციელება დასრულდა
1939-40 წ. და დასრულდა
სტრასბურგის მთავრობის
მიერ დასრულებული მუშა-
ობის განხორციელება.

მთელი მუშაობის განხორ-
ციელება დასრულდა 1939-40
წ. და დასრულდა სტრასბურ-
გის მთავრობის მიერ დასრუ-
ლებული მუშაობის განხორ-
ციელება.

მოსალი
ან რედაქციის მიერ დასრუ-
ლებული მუშაობის განხორ-
ციელება დასრულდა 1939-40
წ. და დასრულდა სტრასბურ-
გის მთავრობის მიერ დასრუ-
ლებული მუშაობის განხორ-
ციელება.

დანართი N45

გიკვანა სტარლინი გეგუარს

ლუდვიგი, 15 აგვისტო. ნაი-
ტისი, ინგლისურ გამოცემა სტარ-
ლინი მალხა მერვედი მფრამ-
არისა იქნა. მთელი მუშაობის
განხორციელება დასრულდა
1939-40 წ. და დასრულდა
სტრასბურგის მთავრობის
მიერ დასრულებული მუშა-
ობის განხორციელება.

მთელი მუშაობის განხორ-
ციელება დასრულდა 1939-40
წ. და დასრულდა სტრასბურ-
გის მთავრობის მიერ დასრუ-
ლებული მუშაობის განხორ-
ციელება.

დანართი N49

ნატოდან ბელგიის გასვლისათვის

ბრიუსელი, 25 ოქტომბერი (საყდესი). ბელგიის კომპარტიის ორგანო გაზეთი „დრაჟო რუჟი“ მოუწოდებს ბელგიის გავიქვს ნატოს აგრესიული პოლიტიკიდან. ნატოს შექმნამ, ხაზს უსვამს გაზეთი. საფრთხე შეუქმნა მთელი მსოფლიოს ხალხთა უშიშროებას.

ნატოს სექციონებმა, წერს „დრაჟო რუჟი“, მიზნად ისახეს ხალხთა ჩაფხრას. ამ ბლოკს მხარს უჭერს მთელი რიგ ქვეყნებში იმჟამად არსებული დამსჯირი რეჟიმები. მან ხელი შეუწყო საბურჟუაზი სამხედრო რეჟიმის დამყარებას. ჩრდილოეთ ატლანტიკური ბლოკი საფრთხეს უქმნის ბელგიის დემოკრატიულობას.

ბელგიის კომპარტიი, აღნიშნავს გაზეთი. ილწვის ევროპის უშიშროებას სისტემის შექმნილათვის, სამხედრო ბლოკების დამსოლსათვის. ეს კიდევ უფრო გადაუღებელს ხდის ბელგიის გასვლის ნატოდან — კომპარტიის ტურის და მილიტარისტული ძალების ამ ბუნდოვანად.

გაზეთი მოუწოდებს ბელგიის სოციალდემოკრატიის გააძლიეროს ბრიუსელ ნატოდან ბელგიის გამოსვლისათვის, იმისათვის, რომ ბელგიის მთავრობამ განხორციელოს აქტიური ნეიტრალიტეტის პოლიტიკა.

მსოფლიო

შეკრები

მზადება

კავანაში

● ბაზანა, 25 ოქტომბერი. (საყდესი). კუბის მშრომელთა პროფკავშირის ჟ. ი. ლენინის დაბადების 100 წლისთავის დღესასწაულად.

დანართი N50

ზიანს აყენებენ მშვიდობას

ბარსეა, 22 მარტი. (საყდესი). იმპერიალისტური სამხელმწიფოთა მშორთველი წრეები ყურადღებით აღევნებენ თვალს შეტაკებებს საბჭოთა კავშირ-ჩინეთის საზღვარზე და იმედოვნებენ, რომ ისინი შეაახუსტებენ სოციალისტური ქვეყნების თანამეგობრობას, განსაკუთრებით საბჭოთა კავშირის — მშვიდობისა და სოციალიზმის მთავარი ძალის პოზიციებს, წერს ვარშავის უკველკვირული „პოლიტიკა“.

მოვლენები საბჭოთა კავშირ-ჩინეთის საზღვარზე ჩვენს შემოფოთებას იწვევდენ, ხაზს უსვამს „პოლიტიკა“. ჩვენ სოლიდარული ვართ საბჭოთა მეგობრებთან, მათს დონისძიებებთან ბოლო მოუღონ ჩინელ შოვინისტთა პროვოკაციებს და მოაწესრიგონ მდგომარეობა ახლო აღმოსავლეთში.

ბეკინის ბელისუფაღთა პროვოკაციები აგრეთვე უშუალოდ ზიანს აყენებენ ვიეტნამელი ხალხის ინტერესებს.

დანართი N53



დანართი N54



დანართი N55



დანართი N56

**მინისაფეთხა
აფეთქება**

3000000, 22 მარტი (საქდესი). ამერიკის შეერთებული შტატების იტომბურა ენერჯის კომისია ირწყვება, რომ ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა ვეშინ. მომდინარე წელს შეეშვეს. მოაწეს მიწისქვეშა საცდელი იტომბური აფეთქება ნეგადის შტატის პოლიტეხნიკ. რუგორც საინფორმაციო სააგენტოები გვატყობინებენ, აფეთქების სიმძლავრემ შეადგინა 100 ათასი ტონა ტრანიტოტოლოლი.

დანართი N57



**ვიპნაჰი
კვლევა**

3000000, 22 მარტი (საქდესი). ამერიკის შეერთებული შტატების იტომბურა ენერჯის კომისია ირწყვება, რომ ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა ვეშინ. მომდინარე წელს შეეშვეს. მოაწეს მიწისქვეშა საცდელი იტომბური აფეთქება ნეგადის შტატის პოლიტეხნიკ. რუგორც საინფორმაციო სააგენტოები გვატყობინებენ, აფეთქების სიმძლავრემ შეადგინა 100 ათასი ტონა ტრანიტოტოლოლი.

დანართი N58

ოკუპანტთა რეპრესიები

ბმანი, 18 ნოემბერი. (საქდესი). ისრაელი დამპყრობნი, რომლებსაც აშინებო ოკუპირებული ტერიტორიების განთავისუფლებებისათვის არაბ პატრიოტთა ბრძოლის გაქანება, აღიერებენ ტერორსა და ტერაქტებს მშვიდობიანი არაბი მოსახლეობის წინააღმდეგ.

ყოველკვირეული ისრაელის „ალ-დუსტურ“ წიგნი, ისრაელის საოკუპაციო ხელისუფლებაში აბ ბოლო დღეებში დახის სექტორში დაბატონირეს 150-მდე კაცი, მებრძოდ სტრუქტურები და მოსწავლეები.

დანართი N59

**აგრესორის
წარადი**

ბანი, 24 ოქტომბერი. (საქდესი). ისრაელის რამდენიმე თვითფრინავმა სკადს დაბომბა ეგვიპტის ჯარების პოზიციები სუეის არხის ჩრდილოეთ ნაწილში.

სამხედრო ბრძოლაში ისრაელის ერთი თვითფრინავი ჩამოვარდა და არხის აღმოსავლეთ ნაპირზე დაიარდა. ეგვიპტის ევრო თვითფრინავი მშვიდობით დაბრუნდა ბაზაში.

როგორც ენობილია, ეგვიპტის ბეი-ადიამ 22 ოქტომბერს ეგვიპტის მიიტანა ისრაელის მოწოდებზე ხანის მოაწეს არაბთა ეგვიპტის რეპრესიების წინააღმდეგ საბრძოლველად ანასთან დაკავშირებით აღნიშნა, რომ ამ თავდასხმის დროს დაბომბეს ისრაელის საომარი მხარის რამდენიმე საწყობი და სხვა სამხედრო ობიექტები.

მორივი პროკონაცია

დაზნაბრ, 11 ივლისი, (საქდე-სი). ისრაელის მხედრული პროკონაცია ცხადდა იქვე ისრაელის მხედრული პროკონაცია დასრულდა. მხედრული პროკონაცია დასრულდა. მხედრული პროკონაცია დასრულდა.

დასრულდა მხედრული პროკონაცია. მხედრული პროკონაცია დასრულდა. მხედრული პროკონაცია დასრულდა.

გიორგინავეს „აკოლონ-11“

გიორგინავეს „აკოლონ-11“ სახელის მქონე პირველი აპოლონის მისიონერი. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.

გიორგინავეს „აკოლონ-11“ სახელის მქონე პირველი აპოლონის მისიონერი. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.



აკოლონ-11-ის მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.

აკოლონ-11-ის მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.

ინტარვი სტარტის ფინ

„აკოლონ-11“-ის მისიონერი დასრულდა გაზრდის შესახებ

აკოლონ-11-ის მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.

აკოლონ-11-ის მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.



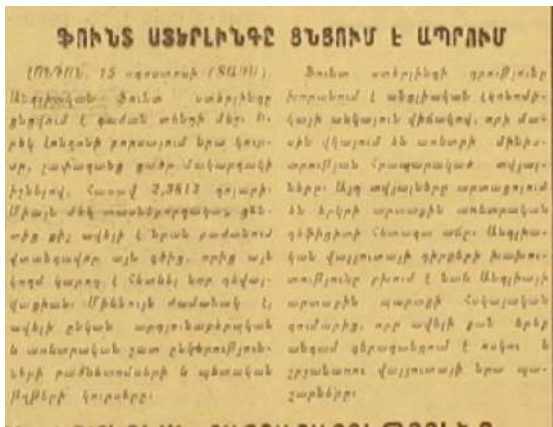
აკოლონ-11-ის მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.

აკოლონ-11-ის მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა. მისი მისიონერი დასრულდა.

დანართი N65



დანართი N66



დანართი N67

<p>გაზეთი 'მეგობარი'</p> <p>საქართველო</p> <p>საქართველო</p> <p>საქართველო</p>	<p>მთავარი აზროვნების გეგმა</p> <p>საქართველო</p> <p>საქართველო</p> <p>საქართველო</p>	<p>მთავარი აზროვნების გეგმა</p> <p>საქართველო</p> <p>საქართველო</p> <p>საქართველო</p>
---	--	--

ღირსებული უახვედრა საქართველოს
ქიმაგარტის XXII ყრილობას! შრომითი
საჩუქრად

დანართი N71

2021 წლის მარტში საქართველოში უცხოეთიდან 188,171 მლნ დოლარი გადმოირიცხა, ეს წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 49,5%-ით მეტია. მარშან მარტში უცხოეთიდან ფულადმა გზავნილებმა 125,865 მლნ დოლარი შეადგინა.

საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემებით, 2021 წლის 3 თვეში საქართველოში შემოსულმა ფულადმა გზავნილებმა 28,4%-ით მოიმატა. კერძოდ, 2020 წლის იანვარ-მარტში ქვეყანაში შემოსული ფულადი გზავნილების ნაკადების მოცულობა 388,825 მლნ დოლარი იყო, 2021 წლის 3 თვეში კი – 499,306 მლნ დოლარი.

ქვეყნის მიხედვით, 2021 წლის მარტში ყველაზე მეტი თანხა – 32,192 მლნ დოლარი, რუსეთიდან გადმოირიცხა, მეორე ადგილზე კი იტალიაა, საიდანაც საქართველოში 30,508 მილიონი დოლარი შემოვიდა.

სია 10 ქვეყნისა, რომლებიდანაც მარტში ყველაზე მეტი თანხა გადმოირიცხა:

* რუსეთის ფედერაცია – 32,192 მლნ დოლარი;

* იტალია – 30,508 მლნ დოლარი;

* აშშ – 24,124 მლნ დოლარი;

* საბერძნეთი – 20,671 მლნ დოლარი;

* ისრაელი – 15,624 მლნ დოლარი;

N72



2022-05-16 17:56:19

ჩილსადაც ხსენებენ ჯილხის მხარდებისა და ნიქიჩის ხსენ. ორის



2022-05-16 17:42:49

ოქსის ათაგარსელ და რაფაელ-იან სერგეივის სარდაქინას თაყ



2022-05-16 17:30:41

სადაც იქნა და დაესა ხრ აქსარსადაც სასიხისი. ოქსის

დანართი N73



უკრაინელებიც გამწარდნენ და ჯავრის ამოყრას ევროპელებზე ცდილობენ

სოციალურ ქსელებში მომრავლდა რუმინული და პოლონელი მომხმარებლების პოსტები უკრაინულ ლტოლვილებზე. რუმინელები და პოლონელები აღმოუჩინებელი არიან უკრაინელთა ქცევით. ისინი მოითხოვენ, მათ უკრაინულად ვლადარაკონ, კაფეებსა და...



ზელენსკი გამწარდა: ამას გვპირდებოდით?

ასეთ პასუხებს ზელენსკი ლამის განწირული ტონით გამოეხმაურა ვაშლიმარტაში: "თქვენ იცით, რომ ახალი დარტყმები და მსხვერპლი გარდაეცალა, ნატომ შეგნებულად გადაწყვიტა, რომ არ დაიხუროს უკრაინის ცა!.. ყველა..."



უკრაინის ყველგან და ყველაფერზე უარს ეუბნებიან

გასულ კვირას უკრაინას შქონდა არაერთი მცდელობა, "საერთაშორისო პარტნიორებს" რამე ქმედითი დახმარება გაეწიათ. ჯერ უმაღლესმა რადამ გაეროს, საერთაშორისო წითელ ჯვარს, ევროპარლამენტსა და სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციებს...

დანართი N74



სერგეი ლავროვი: რუსეთი საქართველოსთან ურთიერთობის აღსადგენად მზადაა

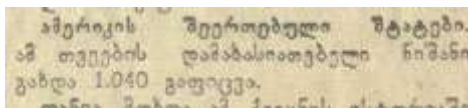
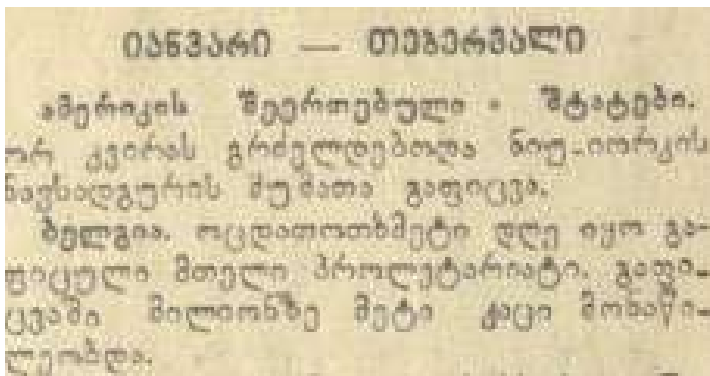
“თუ საქართველო რუსეთთან, როგორც თავის მეზობელთან, ნორმალურად ცხოვრებისთვის მზადაა, მოსკოვი ურთიერთობების აღსადგენად მზადაა”, – განაცხადა რუსეთის საგარეო საქმეთა მინისტრმა სერგეი ლავროვმა. “თუ საქართველოს ნამდვილად სურს...”



მორიგი ანტირეკორდი – ლარიები მოსახლეობის რაოდენობამ 600 ათასს გადააჭარბა

საქართველოში ლარიები მოსახლეობის რიცხვი ყოველთვიურად იზრდება. მხოლოდ ერთ თვეში საარსებო შემწეობის მიმღებთა რაოდენობა 66 609 ადამიანით გაიზარდა და 2021 წლის ივლისში 622 266 შეადგინა. გასული...

დანართი N75



დანართი N76



საქართველო მსოფლიო PDF ვერსიები

Home > ახალი ამბები > საქართველო > ფაშისტური უკრაინა ისევ დაიჩოქებს რუსეთის წინაშე, როგორც ფაშისტურმა გერმანიამ დაიჩოქა საბჭოთა კავშირის წინაშე

ფაშისტური უკრაინა ისევ დაიჩოქებს რუსეთის წინაშე, როგორც ფაშისტურმა გერმანიამ დაიჩოქა საბჭოთა კავშირის წინაშე

დეკემბერი 28, 2022

დანართი N77



საქართველო მსოფლიო PDF ვერსია

Home > ასლი ამზე > მსოფლიო > რასში ვლავ რჩება ამერიკელ საზოგადოებს საფუძვლად

[ასლი ამზე](#) [მსოფლიო](#)

რასში ვლავ რჩება ამერიკელი საზოგადოების საფუძვლად

აპრილი 10, 2020

დანართი N78

iravunk.com
https://iravunk.com > ... Translate this page

სილი მსიიი ხერქასას «აქათაქარბაქს

სილი მსიიილ სს მსს ასვან აყავილსვ, ირ სთათინ მსსიყიყათიი მსსს ს ს ირ მსთსსსვას აქათაქარბაქსს "ირაქსილ" ვერაქერიქილ ს ჯათ ვიქ მარიქსვ ს სი ამსვქილ ხაიიიი ...

დანართი N79

iravunk.com
https://iravunk.com > ... Translate this page

ქარიყასსილქილსიქ ვილქ აიქ ერსიქლ სიიიქ ...

სსსლ ქას ირსს ქარქასქთ ს ხიქასქს. წასსაქილ ს'ქ აიქ ვაიიიქ იქასქს: ირსსსს ქარიყასსილქილსიქ ვილქ აიქ ერსიქლ სიიიქ ასიიარბქლ ს სერი სარქასსსს' ...

დანართი N80

ქართული მედიის მაგალითი:

https://docs.google.com/document/d/1oXxeE548FPySc_9VMETgrWj2QxE0m0sp/edit?usp=sharing&oid=106120488171664989586&rtpof=true&sd=true

დანართი N81

სომხური მედიის მაგალითი:

https://docs.google.com/document/d/1L6LQLVVhI6mAU7O2WgPqfpK-G_Ywi4H4/edit?usp=sharing&oid=106120488171664989586&rtpof=true&sd=true