

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრის და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

რევაზ ჭიჭინაძე

*საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრის და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის პუმანიტარულ, სოციალურ მეცნიერებათა,
ბიზნესის და მართვის ფაკულტეტის სადოქტორო პროგრამის
"კულტურა მედიაში" (მედიის კვლევები) დოქტორანტი*

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

სადისერტაციო ნაშრომის რეფერატი

საკვლევი პრობლემატიკა

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

მსოფლიოში საზოგადოებაზე ზემოქმედების მრავალი ფორმა წარმოიშვა და განვითარდა კაცობრიობის ევოლუციის გზაზე. ეს ფორმები სხვადასხვა ეტაპზე იცვლიდა სახეს. ყალიბდებოდა ახალი ფორმები, ახალი სახეები და ახალი

სტრუქტურები, მაგრამ მათ შორის კინოს და ტელევიზიას ყოველთვის გადამწყვეტი როლი ეკავა და უკავია დღემდე.

ნაშრომში ძირეულად განხილულა შემდეგი საკითხები:

- როგორ ტრანსფორმირდება ტელე-კინო პროდუქცია მასობრივი მანიპულაციის საშუალებად;
- საზოგადოებაზე ზემოქმედების რა მეთოდები არსებობს მსოფლიოში და რა როლი უკავია კინოს და ტელევიზიას საზოგადოებრივი აზროვნების ფორმირების პროცესში;
- საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიების საერთო მახასიათებლები ტელევიზიასა და კინემატოგრაფში;
- რა პროპაგანდისტულ ტექნოლოგიებს იყენებდნენ ქართულ კინოსა და ტელევიზიაში მეოცე საუკუნის ბოლო ათწლეულის განმავლობაში;
- რა შედეგი მოიტანა პროპაგანდისტულმა ტელე-კინო პროდუქციამ ახალი საზოგადოებრივი აზროვნების დამკვიდრების პროცესში.

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

აღსანიშნავია, რომ ასეთი ფართო მეცნიერული კვლევა ამ საკითხზე აქამდე არ ჩატარებულა. ნაშრომში კონკრეტული მაგალითების საფუძველზე გაანალიზებულია ქართული ტელევიზიის და კინოს როლი ახალი ქართული საზოგადოების აზროვნების ფორმირების პროცესში. თემის აქტუალობას ისიც განაპირობებს, რომ ქართული კინოსა და ტელევიზიის მოღვაწეობა განხილულია უახლესი ქართული ისტორიული პროცესების ჭრილში. კერძოდ, საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ პერიოდში. ნაშრომში ასევე აღწერილია თანამედროვე მსოფლიოში არსებული საზოგადოებაზე ზემოქმედების მეთოდები და ფორმები. დისერტაციაში მოყვანილი პარალელები მსოფლიოს ცივილიზებულ სამყაროსა და პოსტსაბჭოური ქვეყნების ცხოვრებაში

მიმდინარე ანალოგურ პროცესებთან, უფრო სრულყოფილად წარმოაჩენს განსახილველი თემის აქტუალობასა და მნიშვნელობას.

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

სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა

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

თანამედროვე მსოფლიოში შემუშავებულია მასობრივი პროპაგანდის – საზოგადოებაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების მრავალი მეთოდი. ძირითადი მიმართულებებია: 1 - ანონიმური ავტორიტეტი, იგივე ნაცრისფერი პროპაგანდა; 2 - ჩვეულებრივი თხრობა, ანუ თხრობა წყნარად და საქმიანად (გულისხმობს ძალადობასთან შეგუებას, რომელიც ძირითადად გამოიყენება საომარი მოქმედებების დროს); 3 - შიმშილი (ოპოზიციური ძალების მიერ მასებზე ზემოქმედების ეფექტური საშუალება); 4 - დაიჯირე ქურდი – საზოგადოების დეზორგანიზაცია (ეს ხერხი ლიტერატურაში აღწერილია როგორც ა.შ.შ.-ს ცენტრალური დაზვერვის საყვარელი ფანდი); 5 – გადაჭარბება, იგივე ინფორმაციული აფეთქება; 6 - ემოციური რეზონანსი (ფართოდ გამოიყენება კინოში. იგი მასობრივი სანახაობების ერთ-ერთი განშტოებაა. აღლუმების, დემონსტრაციების, მიტინგების და ა.შ. ტრანსლირება); 7 - ბუმერანგის ეფექტი (იწვევს სიმართლისათვის მებრძოლის ხატის შექმნას); 8 - არწივის ეფექტი; მეთოდის დევიზია - “ახლოს (გვერდით), ნიშნავს ერთად!” (დაფუძნებულია გამოგონილ ანალოგიებზე); 9 - პირველადობის, ეფექტი (საზოგადოება პირველ, თუნდაც ტყუილ ინფორმაციას უფრო იჯერებს, ვიდრე მეორეს, თუნდაც მართალს, რომელსაც ვერ გადაამოწმებს); 10 - დასწრების ეფექტი – იგივე რეალობის იმიტაცია (პრიმიტიული, მაგრამ მასებზე ზემოქმედების აპრობირებული მეთოდი); 11

- ინფორმაციული ბლოკადა, იგივე პროპაგანდისტული ომი (ძირითადად გამოიყენება კონფლიქტურ ზონებში და ომის პერიოდში); 12 - მედიატორები (კულუარული ინფორმაციები, ჭორები და ხელოვნების სფეროს ავტორიტეტების გამოყენება); 13 - კლასიფიკატორი (კონკრეტული სიტუაციისათვის სახელის დარქმევა); 14 - კომენტარი - ეს მეთოდი ა.შ.შ.-ში ცნობილია, როგორც “მოწამლული სენდვიჩი” (დაფუძნებულია შედარებებზე); 15 - ფაქტის კონსტატაცია – ჰიპნოზი; 16 - ცრუ ანალოგია (ლიტერატურაში ეს მეთოდი განიხილება, როგორც სასიფათო ფსიქოლოგიური ხაფანგი); 17 - უკუ კავშირი (მოიცავს ინფორმაციულ პროცესებში საზოგადოების ჩართვის ილუზიას); 18 - შემოვლითი გზა ასევე ცნობილი, როგორც “ფლანგის შემოვლა” (პროპაგანდისტი იძლევა ძირითადად უტყუარ ინფორმაციებს, თუმცა მათ შორის ეწევა მაგალითად, ომის პროპაგანდას); 19 - ყურადღების გადატანა (მკვლევლობები, კატასტროფები, ტერორისტული აქტები); 20 - მოწმეები – ემოციური რეზონანსის განშტოება (ამ მეთოდის განხორციელებისათვის საუკეთესო საშუალებაა: ომის შემდგომ ახალგაზრდა ინვალიდები და მათზე გაკეთებული კინოფილმი, საინფორმაციო პროგრამაში მყვირალა მოხუცები და ატირებული ბავშვები); 21 - ისტორიის გადაწერა (ამ მეთოდს ძირითადად იყენებენ კინოში); 22 - პერსპექტივა (იაფფასიანი, მაგრამ კარგად მოქმედი მეთოდი); 23 - გამეორება (“მასები არქმევენ სინამდვილეს ინფორმაციას, რომელიც უფრო ნაცნობია”-ი. ჰებელსი); 24 - ჩანაცვლება (მეთოდი ორმაგი სტანდარტებისათვის); 25 - ნახევრად სიმართლე (საბჭოთა პროპაგანდის საუკეთესო მექანიზმი); 26 - კონტრასტის პრინციპი (გამოიყენება მაშინ, როდესაც სიმართლის თქმა პირდაპირ არ შეიძლება); 27 - საცდელი ბურთები (საზოგადოების რეაქციის მოსინჯვა სწორი ტაქტიკის შესარჩევად); 28 - ფსიქოლოგიური შოკი (სისხლიანი კადრები (ტელე, კინო) + ნებისმიერი ტიპის პროპაგანდა, რომელსაც უპრობლემოდ შეითვისებს საზოგადოება); 29 - სენსაციურობა (ტყუილის გაგრძელების პრიმიტიული საშუალება); 30 - აქცენტების შერევა (ეფექტურია, საინფორმაციო ომის დროს); 31 - ასოციაციების შექმნა (ნათელი მაგ: “ჰუსეინი არაბულ ენაზე მოსაუბრე ჰიტლერია”); 32 - საინფორმაციო ტალღის შექმნა (ყურადღების მიქცევის საშუალება); 33 - პრობლემის შექმნა - რაზე უნდა იფიქროს საზოგადოებამ; 34 - ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები (მასობრივი შიშის დანერგვა, აქცენტის გადატანა); 35 - სოციალური თანხმობა (საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვები, პროპაგანდისტული კინო); 36 - გადახლართული სიმართლე

(სიმართლეზე დაყრდნობილი ფაქტების ერთობლიობის გადმოცემა ისე, რომ საზოგადოებაში ცალმხრივი ემოცია დაიბადოს. იყენებენ კინოში, ტელევიზიაში. ძირითადად მეთოდს მიმართავენ საომარი მდგომარეობისას); 37 - **გამაფრთხილებელი, სათადარიგო დარტყმა.** ცნობილია, როგორც საზოგადოების მხრიდან ნეგატიური “ორთქლის” გამოშვება.

მეთოდები მოცემულია *“პროპაგანდის მეთოდების ენციკლოპედიაში”* (“როგორ “გვამუშავებენ” მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები” ვიქტორ სოროჩენკო ახალი რედაქცია 2002წ). პროპაგანდის მეთოდოლოგია ასევე განხილულია სერგეი კარამურზას მიერ. მისი ნაშრომი “აზრით მანიპულირება” დაგვეხმარება დეტალურად ავხსნათ, თუ როგორ ტრანსფორმირდება ტელე-კინო პროდუქცია მასობრივი მანიპულაციის იარაღად. მასმედიის მიერ ადამიანთა მანიპულირების განხილვისას ნაშრომში დიდი ადგილი ეთმობა ნაცისტური გერმანიის იდეოლოგიური მანქანის განხილვასა და ანალიზს. ამ ნაწილში ძირითადი აქცენტი კეთდება ადოლფ ჰიტლერისა და იოსებ ჰებელსის ნაშრომებსა თუ საჯარო გამოსვლებზე. ასევე ე.წ. “დიდი ტყუილის” თეორიაზე, რომელიც დღემდე მანიპულირების ერთ-ერთ მძლავრ მეთოდს წარმოადგენს. ადოლფ ჰიტლერი წიგნში “ჩემი ბრძოლა” (“Mein Kampf”) წერს: *“არსებობს მარტივი გათვლა, რაც მეტად წარმოდგენელია ტყუილი, იგი უფრო დამაჯერებელი ხდება. ჩვეულებრივი ადამიანი დიდ ტყუილს უფრო იჯერებს ვიდრე პატარას. მათ (უბრალო ადამიანებმა) იციან, რომ მცირედად თავადაც შეიძლება მოიტყუონ, თუმცა მასშტაბური ტყუილის თქმას ვერ ბედავენ. დიდი ტყუილი მათ უბრალოდ თავში არ მოუვათ. აი, მიზეზი, თუ რატომ ვერ წარმოდგენენ მასები, რომ სხვები მზად არიან თქვან დიდი ტყუილი, მაქსიმალურად დაამახინჯონ ფაქტები. ახსნა-განმარტების მიუხედავად, რომ ნათქვამი წარმოდგენლად დიდი ტყუილია, ხალხი მაინც განაგრძობს ფიქრს, რომ აქ მაინც არის სიმართლის მარცვალი”.* ადოლფ ჰიტლერის “Mein Kampf”-ში მასებზე ზემოქმედების ხსენებული ხერხი - “დიდი ტყუილის” გამეორების თეორია, ნაცისტური გერმანიის მთავარმა იდეოლოგმა ი. ჰებელსმა განავითარა წერილში “ჩერჩილის ტყუილების ქარხნიდან” (Aus Churchills Lügenfabrik). ჰებელსი (“დიდი ტყუილის” თეორიის თანახმად) ამტკიცებს, რომ ბრიტანელი პოლიტიკოსები იმდენად ხშირად იმეორებენ ტყუილს, რომ თავადვე სჯერათ მათ მიერ მოგონილი არარსებული ფაქტების. ნაცისტური გერმანიის პროპაგანდის მინისტრის თანახმად:

“ხალხი გაცილებით პრიმიტიულია, ვიდრე მას წარმოვიდგენთ. ამიტომ პროპაგანდა უნდა იყოს მარტივი და მუდმივად მეორდებოდეს. ის, ვინც ე.წ. ინტელექტუალთა წინააღმდეგობის მიუხედავად მარტივ ენაზე დაუსრულებლად ერთსა და იგივეს იმეორებს, აუცილებლად მიაღწევს მიზანს” – განაცხადა ჰებელსმა ერთ-ერთი საჯარო გამოსვლისას. მასვე ეკუთვნის ცნობილი ფრაზა: “მასები არქმევენ სინამდვილეს ინფორმაციას, რომელიც უფრო ნაცნობია”.

მასობრივი მანიპულაციის მეთოდოლოგიის განხილვისას ჩვენ ასევე ვითვალისწინებთ ნიკოლო მაკიაველის ტრაქტატს “ხელმწიფე” (“Prince”). განსაკუთრებით საყურადღებოა ლორენცო მედიჩისათვის შექმნილი ტრაქტატის XVII თავი, სადაც მაკიაველი განიხილავს საკითხს რა არის უკეთესი – ჩანერგო მოსახლეობაში შიში თუ სიყვარული.

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

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, სამეცნიერო ნაშრომი, კვლევა თემაზე - ქართული ტელევიზია და კინო, როგორც საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების სუბიექტები ფართოდ არ ჩატარებულა, შესაბამისად, ნაშრომში ქართულ სამეცნიერო ლიტერატურას ნაკლებად დავეყრდნობით, თუმცა საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენიდან, ვიდრე ვარდების რევოლუციამდე პერიოდის განხილვისას, ნაშრომში მოყვანილი იქნება, თემაზე შექმნილი მრავალი პუბლიკაცია და საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ გამოქვეყნებული მასალები, ისე როგორც რამდენიმე ქართველი მკვლევარის მიერ დაწერილი სადისერტაციო ნაშრომი, რომელიც მოცემულ პერიოდს მოიცავს. ნაშრომის მეორე ნაწილში მოყვანილი ფაქტები ძირითადად ეყრდნობა

საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და ტელეკომპანია “რისთავი2“-ის საარქივო მასალას.

მეთოდოლოგია

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

1. საკვლევი თემის ირგვლივ არსებული თეორიული ლიტერატურის მოძიებას, ანალიზს და დახარისხებას.

საკვლევი თემის ირგვლივ არსებობს სხვადასხვა სახის თეორიული ნაშრომი. ჩვენ უმთავრესად ვხელმძღვანელობთ იმ ლიტერატურით, რომელიც არსებობს მედიის მიერ იდეოლოგიური და პოლიტიკური პროპაგანდის მეთოდების ირგვლივ და მედიის მიერ საზოგადოებაზე ზემოქმედების ფორმების და საშუალებების შესახებ. აუდიტორიის შესწავლისათვის მივმართავთ სოციოლოგთა და ფსიქოლოგთა ნაშრომებსაც, სადაც კვალიფიციურად არის აღწერილი მედიის საზოგადოებაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების პროცესები. რამდენადაც სადისერტაციო ნაშრომი ითვალისწინებს კინოხელოვნების საზოგადოებაზე ზემოქმედების ასპექტებსაც, ნაშრომის მომზადების პროცესში გავეცანით და კვლევისას გამოვიყენეთ კინოს ისტორიკოსთა და თეორეტიკოსთა ის ნაშრომები, სადაც აღწერილი და გამოკვლეულია კინოხელოვნების მასობრივ აუდიტორიაზე გავლენის ფორმები, განსაკუთრებით იდეოლოგიურ და პოლიტიკურ რაკურსში. ავტორიტარული და ტოტალიტარული ეპოქების კინოხელოვნებას და საკვლევი პერიოდის (დამოუკიდებლობის აღდგენიდან “ვარდების რევოლუციამდე”) ქართული კინოხელოვნების შესახებ არსებული ლიტერატურის საფუძველზე ნაშრომში გამოტანილია კონკრეტული დასკვნები.

2. მასალის სისტემატიზაცია

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

3. შედარებითი ანალიზის მეთოდი

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

4. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები (გამოიყენება მასობრივი გამოკითხვა, კითხვარი)

რამდენადაც თანამედროვე საზოგადოება (რომელიც ამავედროულად წარმოადგენს ტელე და კინოპროდუქციის მომხმარებელს) გვევლინება იმ აზროვნების სისტემის და მენტალიტეტის მემკვიდრედ, რომელიც ტელემედიის და კინოპროდუქციის საშუალებით ჩამოყალიბდა გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან ვიდრე ვარდების რევოლუციამდე, კვლევისთვის მოვიშველიეთ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები - შევადგინეთ კითხვარები, რისი ანალიზის შედეგადაც გავაკეთეთ გარკვეული დასკვნები, თუ რამდენად იმოქმედა ტელე და კინოპროდუქციამ საზოგადოების აზროვნების ფორმირებაზე.

5. მეორად მონაცემთა ანალიზი

ამ მეთოდის გამოყენება შესაძლებლობას გვაძლევს კვლევაში გამოვიყენოთ და გავაანალიზოთ იმ პირთა მოსაზრებები და ნაამბობი, რომლებიც უშუალოდ მონაწილეობდნენ საკვლევ პერიოდში მიმდინარე პროცესებში. ამ პირების მიერ მოწოდებული ინფორმაცია კვლევაში არ არის გამოყენებული როგორც პირველადი მონაცემი, რამდენადაც ეს პერსონები შესაძლოა იყვნენ სუბიექტური შეფასების მატარებლები, მაგრამ მათი შეფასებები, ვფიქრობთ, გარკვეული პროცესების ანალიზში მეტად გვეხმარება.

6. დაკვირვების მეთოდი და ემპირიული კვლევის მეთოდი

განსაკუთრებული ადგილი სადისერტაციო ნაშრომში ამ მეთოდს ეთმობა. კვლევისას შევისწავლეთ ძალზე დიდი ვიდეო და კინო მასალა, რომელიც შეიქმნა 1990-იანი წლების ბოლოს და 2000-იანი წლების დასაწყისში. ამ მასალის

შესწავლა, ანალიზი, არის უმთავრესი საფუძველი ნაშრომის როგორც მეორე თავის, ასევე დასკვნითი ნაწილის.

კვლევის მოსალოდნელი შედეგები

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

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

დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ სხვა და სხვა პოლიტიკური ჯგუფების მიერ განხორციელებული პროპაგანდის შედეგად რამდენად პოლიტიზირებულია საზოგადოება.

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

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

ნაშრომი ასევე წაადგება მედიის ისტორიის მკვლევარებს, რადგან ეს იქნება პირველი ნაშრომი, რომელიც საქართველოს დამოუკიდებლობის აღდგენიდან ვარდების რევოლუციამდე მასმედიაში მიმდინარე მოვლენებს აშუქებს.

ნაშრომი შესაძლოა იქცეს დამხმარე სახელმძღვანელოდ ჟურნალისტიკის სფეროს შემსწავლელი სტუდენტებისათვის.

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

საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიების მახასიათებლები ტელევიზიასა და კინემატოგრაფში

ფართო მასებზე ზემოქმედების საშუალების მფლობელ ორ უმნიშვნელოვანეს სეგმენტს – ტელევიზიასა და კინემატოგრაფს საერთო საფუძველი გააჩნია. უმთავრესი, რაც მათ აერთიანებთ არის აზრის გამოსატვის საერთო ენა – კადრი;

ორივე მათგანს იდეის გადმოცემის ეკრანული საშუალება აქვს, მათი ხერხები ე.წ. ეკრანული ენა იდენტურია. ტელეგადაცემა თუ ფილმი მაყურებელზე კადრების საშუალებით ზემოქმედებს. სწორედ კადრების უწყვეტი ნაკადი ქმნის ეკრანს. მათი ცვალებადობა კი, პროდუქტის მნიშვნელობას განსაზღვრავს. კადრირება, ხელი, მოძრავი კადრი, მონტაჟი... კინემატოგრაფის მიერ შექმნილი ამ ეკრანული ენით ხელმძღვანელობს ტელევიზიაც. ჯერ კიდევ მე 20-ე საუკუნის 20-იან წლებში კინემატოგრაფმა დაამტკიცა, რომ მხატვრული მონტაჟის საშუალებით მაყურებლის ემოციის მართვა და მათზე ზემოქმედება შესაძლებელია. კადრირების მეშვეობით არა მხოლოდ რეალობის ასახვა, არამედ მისი განმარტებაც ხდება, რასაც სიუჟეტის განვითარების დრამატურგია და ტექსტი ემატება. ჯამში კი ტელე-კინო პროდუქტი მაყურებელზე დიდ გავლენას ახდენს. მედიამკვლევართა აზრით, კინო და ტელევიზია არა მხოლოდ ქვეყნის იდეოლოგიის წარმმართველი, არამედ წარმომშობიცაა. დღეს, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით, შესაძლებელია ომების, რევოლუციების, სამოქალაქო უთანხმოების და ა.შ., როგორც წამოწყება, ასევე შეფერხება. ამ საქმეში მნიშვნელოვანი მონაწილეები კინო და ტელევიზიაა. როგორც უკვე აღინიშნა, ამ შემთხვევაში კინო განიხილება არა როგორც სანახაობითი კულტურა, არამედ როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალება.

კინოს ისე, როგორც ტელევიზიას, ფართო მასებზე ზემოქმედების განუზომელი საშუალებები გააჩნია. დღევანდელ მსოფლიოში მასობრივი ინფორმაციის ეს საშუალებები მძლავრ ფსიქოლოგიურ იარაღს წარმოადგენს. “მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები დღეს არის იდეოლოგიის ინსტრუმენტი, და არა ინფორმაციის. მთავარი მათ გზავნილებში არის იდეა, რომელსაც კონტრაბანდად ნერგავენ ჩვენს გონებაში”.¹ სწორედ ეს “კონტრაბანდა” წარმოადგენს იმ ბერკეტს, რომლის მოსაპოვებლადაც იბრძვის ბევრი პოლიტიკური ძალა. XX საუკუნეში გაჩნდა ასეთი აფორიზმიც: “ვინც ფლობს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, ის ფლობს ძალაუფლებას”. ამ (ისე როგორც ნებისმიერი სხვა) “ძალაუფლების” გამოყენება, შესაძლებელია, როგორც კეთილი, ისე ბოროტი, დამანგრეველი მიზნებისათვის. ორივე შემთხვევაში, არსებობს არაერთი საკმაოდ ეფექტური და აპრობირებული მეთოდი. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები (ამ შემთხვევაში კინო და ტელევიზია), ძალაუფლების მოპოვების

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

ერთ-ერთი ყველაზე მომსიბეღელი ფორმაა. თანამედროვე მსოფლიოში ფსიქოლოგების მიერ სხვადასხვა დროს დამუშავებულია მასობრივი პროპაგანდის – საზოგადოებაზე ფსიქოლოგიური ზემოქმედების რამდენიმე ძირითადი მეთოდი. თითოეულ მათგანს აქვს თავისი განშტოებები. დროსთან ერთად იხვეწება ფორმები, თუმცა დღემდე მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში ყველა მეთოდს იყენებენ. ფსიქოლოგები საზოგადოებაზე ზემოქმედების ამ ფორმებს “ტვინის გამორეცხვის ფორმებსაც” უწოდებენ. კვლევის პირველ ნაწილში, ყველა, მეტ-ნაკლებად ცნობილი და გავრცელებული პროპაგანდისტული ფორმა კონკრეტული მაგალითების მიხედვითაა გაანალიზებული. ტერმინს ”პროპაგანდა” (ლათ. პროპაგანდა - გავრცელება) აქვს არაერთი განმარტება, ძირითადი მათ შორის არის:

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

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

3) აზროვნების მანიპულაციის მასობრივი საშუალება

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

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

საქართველოში დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდეგ, კონკრეტული საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მოვლენების განვითარებისას, მასმედიის როლის გაანალიზებამდე, აუცილებელია, გავითვალისწინოთ ის ე.წ. სასტარტო პოზიცია – რეალობა, რომელშიც აღმოჩნდა კომუნისტური მარწუხებიდან ახლად დახსნილი საზოგადოება. მოსახლეობის უდიდესი სურვილის მიუხედავად, სოციალიზმიდან კაპიტალისტურ წყობაზე გადასვლა რთული პროცესი იყო. საზოგადოება არა მხოლოდ ახალ სოციალურ რეალობას, არამედ ახალი ტიპის აზროვნებას უნდა შეეუებოდა. საბჭოური პროპაგანდა ცდილობდა თაობები აღიზარდა, იმ მხატვრული პროდუქციით, სადაც კონფლიქტი კარგსა და უკეთესს შორის ვითარდებოდა,

სადაც მისაბადი ორდენოსანი კოლმეურნე იყო, სადაც პრაქტიკულად არ არსებობდა ეროტიკა... ამასთან, საბჭოელებს მხოლოდ იმ უცხოურ კინოპროდუქციაზე მიუწვდებოდათ ხელი, რომელიც მკაცრ შემოწმებას გადიოდა იმისათვის, რომ მოქალაქეები არ “გარყვნილიყვნენ” და არ მოსწონებოდით კაპიტალისტური სამყარო. უმრავლეს შემთხვევაში, უცხოური ფილმები, რომელიც საბჭოთა ტელევიზიით გადიოდა, არ იყო ნაჩვენები სრული სახით. იდეოლოგები ფილმებიდან “საეჭვო” სცენებს ჭრიდნენ. იმის გარდა, რომ ტელევიზიით არასოდეს ისმოდა ალტერნატიული პოლიტიკური აზრი, იყო უამრავი შეზღუდვა და მითითება, რაც ტელეჟურნალისტებსა და რედაქტორებს უნდა შეესრულებინათ. სამაუწყებლო მედიის საინფორმაციო სამსახურის ძირითადი დანიშნულება მუშათა კლასის წარმატების წარმოჩენა იყო, უარყოფითი ინფორმაცია კი მედიაში არ ხვდებოდა. სიმართლე იმალებოდა მაშინაც, როდესაც საფრთხე ათასობით ადამიანის სიცოცხლეს ემუქრებოდა. ამის ნათელი მაგალითი 1986 წელს, ჩერნობილის ატომური სადგურის რეაქტორზე მომხდარი ავარიას, რომლის შესახებაც მედია არ საუბრობდა. ტელევიზია არასდროს აჩვენებდა ძალადობის სცენებს, არ არსებობდა გასართობი შოუპროგრამები, სადაც გულახდილი საუბარი მიმდინარეობდა, იშვიათი გამონაკლისის გარდა. ტელევიზიით არ გადიოდა ტელესერიალები, რადგან მათი უმრავლესობა, იდეოლოგთა აზრით, უხამსი, საბჭოთა მოქალაქისათვის მიუღებელი ცხოვრების სტილის პროპაგანდა იყო. ტელევიზიით არ გადიოდა სარეკლამო რგოლები და ა.შ. საბჭოთა იმპერიის დრევეამ კი პირველ ყოვლისა ტელემაუწყებლობის სტილი შეცვალა. ტელეეთერი ყველა მიმართულებით გათავისუფლდა. ე.წ. გარდამავალ პერიოდში არ ჩატარებულა სამეცნიერო კვლევა, იმის შესახებ, თუ რა გავლენა იქონია მედიის გათავისუფლებამ საზოგადოებაზე. თუმცა სხვადასხვა სამეცნიერო ნაშრომზე დაყრდნობით, ჩვენ შევძლებთ შევქმნათ წარმოდგენა იმის შესახებ, თუ რა ტრანსფორმაცია განიცადა კინოსა და ტელევიზიის დახმარებით ახლად გათავისუფლებულმა საზოგადოებამ. საბჭოთა პერიოდისგან განსხვავებით, მაყურებელი ახალი ამბების გამოშვებით დაინტერესა. თავად საინფორმაციო სამსახური, რომელიც უკვე აქტუალურ და რეალურ ამბებს აშუქებდა, გავლენას ახდენდა შიდა პოლიტიკურ პროცესებზე. ეროვნულ მოძრაობაში შემავალ პოლიტიკურ სუბიექტებს შორის ურთიერთობა მოსახლეობის ერთ-ერთ უმთავრეს ინტერესს წარმოადგენდა. შესაბამისად, ჩამოყალიბდა საინფორმაციო გამოშვებაზე დამოკიდებული საზოგადოება. იმავდროულად,

სამაუწყებლო მედიამ წარმოაჩინა მრავალფეროვანი პოლიტიკური სპექტრი. ტელევიზიის კარი ყველა პოლიტიკური გაერთიანებისთვის გაიღო. შესაბამისად, თითოეული სუბიექტი ცდილობდა საკუთარი მედიაკამპანის წამოწყებას, რაც მაყურებლისთვის უჩვეულო სურათი იყო. თავისუფალ მედიას შეუზღვეველი საზოგადოება, ერთგვარად დაბნეული და დეზორიენტირებული იყო. აქტიური პოლიტიკური ცხოვრების გარდა, სამაუწყებლო მედიის კარი გაიღო უცხოური მხატვრული ფილმებისთვის, ტელესერიალებისთვის, მუსიკალური ვიდეოკლიპებისთვის და ა.შ. მაშინ, როდესაც დასავლური ცივილიზებული სამყარო, მედიაში ძალადობას განიხილავდა, როგორც მეოცე საუკუნის ერთ-ერთ ყველაზე ფართომასშტაბიან სოციალურ პრობლემას და მსჯელობდა სხვადასხვა ტიპის აკრძალვების დანერგვის შესახებ, ქართულ საზოგადოებას, უკვე დამოუკიდებელი ტელეეთერიდან მანამდე აკრძალული ყველა ტიპის მხატვრული ფილმი და სხვა ვიდეოპროდუქცია ერთბაშად შესთავაზეს.

ნაშრომის ამ ნაწილში განხილულია სხვადასხვა მეცნიერის მიერ სხვადასხვა დროს ჩატარებული კვლევები. (Brandon S. Centerwall, კვლევა აშშ-ში, კანადასა და სამხრეთ აფრიკაში (30 წლიან პერიოდში (1945-1975),) თეთრკანიანთა მიერ ჩადენილი სასტიკი დანაშაულებები; დ. ზილმანის ნაშრომში “კავშირი სექსუალურობასა და აგრესიას შორის” (Connections between sexuality and aggression); ჯ. ბრაიანტის სახელმძღვანელო “მასმედიის ეფექტის ფუნდამენტური პრინციპები” - Fundamentals of Media Effects და ა.შ.). აღნიშნული კვლევების გაანალიზება, გვაძლევს საშუალებას, განვსაზღვროთ, რომ დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდგომ, საქართველოს მოსახლეობის უმრავლესობა, ძალადობასა და სისასტიკეს გულგრილად აღიქვამდა, გაიზარდა კრიმინალური ფონი, ახალგაზრდობისთვის მიმზიდველი ე.წ. ქურდული სამყარო გახდა; იმატა სექსუალურმა დანაშაულებებმა, იმატა აგრესიამ, საზოგადოებაში გაჩნდა შფოთი და შიში.

მენტალური რევოლუციის მცდელობა

1998 წლის 9 აპრილის მოვლენების შემდგომ, საქართველოში კომუნისტურმა ხელისუფლებამ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაზე პრაქტიკულად კონტროლი დაკარგა. ცენტრალური კომიტეტი ერთგვარად შეეგუა რადიკალების მიერ პერმანენტულად ორგანიზებულ მიტინგებს, მანიფესტაციებს სახელმწიფო

შენობების პიკეტირებას და ა.შ. ეროვნული მოძრაობის გავლენა ქვეყანაში არსებულ სიტუაციაზე იმდენად მაღალი იყო, რომ რესპუბლიკაში თავისებური ორხელისუფლებიანობის მსგავსი ვითარება შეიქმნა. რადიკალების წინეხის გამო, საქართველოს კომუნისტური ხელმძღვანელობა იძულებული იყო ერთგვარად გაეზიარებინა საერთო საზოგადოებრივი ეროვნული განწყობა და შეექმნა ილუზია იმისა, რომ თავადაც იბრძოდნენ საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობისათვის. იმავდროულად, საქართველოს ცენტრალური კომიტეტი მოსკოვის ცენტრალური ხელისუფლების განაწყენებას ერიდებოდა და ეროვნულ მიდრეკილებებს ლენინური “ეროვნული პოლიტიკის სქემებით” ნიღბავდა. 1990 წლის 28 ოქტომბერს კი საქართველოში პირველი მრავალპარტიული არჩევნები ჩატარდა. უმრავლესობა საარჩევნო ბლოკმა “მრგვალი მაგიდა – თავისუფალი საქართველო” მოიპოვა (1990წ.).

პირველი პრეზიდენტის, ზვიად გამსახურდიას მიზანს საბჭოური მენტალიტეტისგან საზოგადოების გათავისუფლება წარმოადგენდა. გამსახურდიასთვის დამოუკიდებლობის აღდგენის მხოლოდ დეკლარირება არ იყო საკმარისი. ეროვნული მოძრაობის ლიდერი მუდამ საფრთხის მოლოდინში იყო და იმ პერიოდის ინტელიგენციის უდიდეს ნაწილს “სუკის” აგენტებად აღიქვამდა. ზვიად გამსახურდიას დაპირისპირება ქართველი ინტელიგენციის ცალკეულ ავტორიტეტებთან, ჯერ კიდევ დისიდენტობის წლების პერიოდში დაიწყო. სავარაუდოა, რომ სწორედ ამიტომაც, კომუნისტური ხელისუფლების დაკვეთას - ზ. გამსახურდიას მწერალთა კავშირიდან გარიცხვის შესახებ 1977წ კატეგორიულად არავინ შეწინააღმდეგებია. მკვლევარების აზრით, სწორედ ინტელიგენციასთან კონფრონტაცია იყო ზ. გამსახურდიას მნიშვნელოვანი შეცდომა. *“თუ გავიხსენებთ ინტელიგენციისადმი განკუთვნილ მიმართვებს, შეფასებებს, ზეწოდებებს, თითქოს აღარ უნდა იყოს გასაკვირი ელიტართა მწვავე ანტიპათია გამსახურდიასა და მის თანამებრძოლთა მიმართ: პროვოკატორი, მტრის წისქვილზე წყლის დამსხმელი, აგენტურა, კრემლის აგენტი, მეოცე საუკუნის შაჰ-აბასების, ჯალალედინების და თემურ-ლენგების მხარში ამომდგომი, კოლაბორაციონისტი, ანტიეროვნული ერის მოღალატე, ღვთის მოღალატე...”².*

2ვკ. 176. პოლიტიკური დაპირისპირებები და ეროვნული ხელისუფლების დამსობა საქართველოში (1987-1992წ.წ.). დიმიტრი შველიძე. თბილისი 2008წ.

1990 წლის 28 ოქტომბერს პირველ მრავალპარტიულ არჩევნებში საარჩევნო ბლოკ “მრგვალი მაგიდის” გაიმარჯვების შემდეგ, საქართველოს რესპუბლიკის მოსახლეობის აბსოლუტური უმრავლესობა ცვლილებებს ელოდა, თუმცა შედეგმა მაინც ერთგვარი დაბნეულობა გამოიწვია როგორც მოსახლეობაში, ისე ჟურნალისტებს შორის. იმ პერიოდის სახელმწიფო ტელევიზიის საინფორმაციო პროგრამის პასუხისმგებელი რედაქტორი იხსენებს: *“როდესაც 28 ოქტომბერს არჩევნები დამთავრდა და “მრგვალი მაგიდა” გაიმარჯვა 29-ში დილით კამერას არ ავზავნიდნენ გამარჯვებულ პარტიასთან; ფიქრობდნენ რა იქნება ახლა გივი გუმბერძე. ვთქვი, ცენტრალური კომიტეტის მდივანია და იქნება თუ მოუნდება (მაშინ კომუნისტური პარტია იყო ჯერ კიდევ დაშვებული), მაგრამ ის საქართველოს აღარ მართავს-თქო. მეორე დღეს იყო სრული ქაოსი. 15 წუთიან საინფორმაციო პროგრამას ძლივს ვაკოწიწებდით. ჟურნალისტებმა არ იცოდნენ რა გაეკეთებინათ”*³ ამავდროულად, უმრავლესობაში იყვნენ ის ჟურნალისტები, რომლებიც თვლიდნენ, რომ ეროვნული მოძრაობის ლიდერები მათი მოვალენი იყვნენ. *“ტელევიზიაში მომუშავეები არ თვლიდნენ, რომ მხოლოდ ზვიადმა და ეროვნულმა მოძრაობამ მოუტანა მათ დამოუკიდებლობა. ისინი თვლიდნენ, რომ ეს ყველამ ერთად გააკეთეს, უბრალოდ ზვიადი და კოსტავა ლიდერები იყვნენ. ისინი (ტელევიზიაში მომუშავენი), თავს თვლიდნენ არა მხოლოდ ჯარისკაცებად, ზოგს ოფიცრის თანამდებობაზეც ჰქონდა პრეტენზია”*⁴ - ამბობს იმ პერიოდში ტელეჟურნალისტი, შემდგომ კი პოლიტიკური ანალიტიკოსი მამუკა არეშიძე, რომელიც გამსახურდიას ხელისუფლების აქტიური მოწინააღმდეგე და ჟურნალისტთა აქციების ერთ-ერთი ორგანიზატორი იყო.

ეროვნული ხელისუფლების რიტორიკისა და ქმედებების გაანალიზებით, ჩვენ შეგვიძლია განვსაზღვროთ საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების რომელი ტექნოლოგიების გამოყენებას ცდილობდა გამსახურდიას ხელისუფლება. პროპაგანდის რა მეთოდები იყო გამოყენებული მიზნის მისაღწევად და რა გავლენა მოახდინა მან ქართულ საზოგადოებაზე. “პრობლემის შექმნა”, “დემონიზაცია”, “ისტორიის გადაწერა”, “ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები”, “კლასიფიკატორი”, “გამეორება” და “ინფორმაციული ბლოკადა” – ეს ის ძირითადი

3ინტერვიუ ფისო ქათამაძესთან – საინფორმაციო პროგრამა “მოამბის” ყოფილი პასუხისმგებელი რედაქტორი. დოკ. ფილმი “მადლა დაღმავალი კიბით” 1992წ. სსმ-ს არქივი

4ინტერვიუმამუკა არეშიძესთან –დოკ. ფილმი “მადლა დაღმავალი კიბით” 1992წ. სსმ-ს არქივი

მეთოდებია, რის ამოქმედებასაც ახალი ხელისუფლება ცდილობდა. “მრგვალი მაგიდის” ლიდერის ერთ-ერთი პირველი ამოცანა პროპაგანდის მანქანაზე სრული კონტროლის დამყარება იყო. ზვიად გამსახურდია იმ დროს ერთადერთი სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ტელემაუწყებლის ჟურნალისტებისა და თანამშრომლების “განწყობის” შესახებ ინფორმაციას სრულად ფლობდა და მას აფასებდა როგორც “ანტისახელმწიფოებრივს”, ამიტომ მისი გადაწყვეტილებით ტელე-რადიო დეპარტამენტის თავმჯდომარედ მისი ერთგული, თუმცა ტელესივრცისთვის აბსოლუტურად უცნობი პიროვნება თეიმურაზ კვანტალიანი დაინიშნა. ზ. გამსახურდიას სწორედ ამ გადაწყვეტილებით გაჩნდა პირველი ბზარი ქართველ ჟურნალისტებს შორის და მეტად გაღრმავდა ჟურნალისტთა დაპირისპირება ახალი ხელისუფლების მიმართ. თ. კვანტალიანმა თავის პირველ განცხადებაში (ოფიციალურ დანიშნამდე) აღნიშნა, რომ ტელევიზია არის გართობის საშუალება. დეპარტამენტის თავმჯდომარემ “ინფორმაციული ბლოკადის” და “ყურადღების გადატანის” ხერხების ამუშავება გადაწყვიტა. კვანტალიანმა დახურა საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები. ძირითადი აქცენტი გასართობ გადაცემებზე გააკეთა. გაამკაცრა კონტროლი საინფორმაციო სამსახურზე, რამაც ჟურნალისტთა ერთი ნაწილის პროტესტი გამოიწვია, სხვანი კი თვლიდნენ, რომ ამგვარი ქმედებით საქართველოს სახელმწიფოებრიობა მეტად განმტკიცდებოდა. საინფორმაციო პროგრამის დიქტორი დავით სოკოლოვი წლების შემდეგაც მიიჩნევს, რომ ცენზურა იმ პერიოდში აუცილებლად უნდა ყოფილიყო, რადგან სასწორზე სახელმწიფოს ყოფნა-არყოფნის საკითხი იდო. ჟურნალისტთა უკმაყოფილოება, რომლებიც ახალ რეალობასთან ერთად, სიტყვის თავისუფლებას ელოდნენ, თანდათან იზრდებოდა. თუმცა ხელისუფლება საზოგადოებით მანიპულირების ბერკეტის დათმობას არ აპირებდა. გადაცემების დახურვისა და “ურჩ” თანამშრომელთა დათხოვნის შემდეგ, სიტუაცია კრიტიკულ ზღვარს მიუახლოვდა. მოსალოდნელი ბუნტის თავიდან ასაცილებლად, 1990 წლის 25 დეკემბერს, უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარემ გადაწყვიტა ტელე-რადიო დეპარტამენტის თანამშრომლებს შეხვედროდა. ზ. გამსახურდია ტელევიზიაში თავად მივიდა (შეხვედრა პირდაპირი ეთერის რეჟიმით არ გადაიცემოდა, თუმცა სსმ-ს არქივში არსებობს შეხვედრის ვიდეოჩანაწერის არასრული ვარიანტი). შეხვედრა ემოციურად დატვირთული, თუმცა კონსტრუქციული იყო. ზ. გამსახურდია ცდილობდა დეპარტამენტის თანამშრომელთა უკმაყოფილება მისი პირადი

ავტორიტეტის ხარჯზე გაენეიტრალდებინა. უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარეს “სიტყვის თავისუფლების” შესახებ არ უსაუბრია. შეხვედრა დეპარტამენტის თავმჯდომარისა და ტელემაუწყებლობის თანამშრომელთა პირადი ურთიერთობის გარკვევას დაეთმო. კვანტალიანის დასაცავად, გამსახურდიას მხოლოდ ერთი არგუმენტი ჰქონდა – უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარემ განაცხადა, რომ კვანტალიანი არის ძლიერი კაცი, რომელიც სახელმწიფო ტელევიზიაში არ შემოუშვებს იმ ძალებს, რომლებიც პირადად გამსახურდიას და ასევე ქვეყნის მტრები არიან. ტელევიზიის მუშაკებთან საუბრის სტრატეგია “ცრუ ანალოგიებზე” იყო აგებული. არა მხოლოდ ამ კონკრეტულ შეხვედრას, არამედ გამსახურდიას თითქმის ყველა საჯარო გამოსვლას ერთგვარ მოტივად გაჰყვებოდა ის, რომ მისი გზა არის ჭეშმარიტი (ისე, როგორც იესო ქრისტესი), ხოლო დანარჩენი ყველა ვარიანტი არის ცრუ (ე.წ. ბარაბას გზა). ასეთი ტიპის ლოგიკურ ჯაჭვს (სხვადასხვა ვარიაციებით) არგებდა გამსახურდია თითქმის ყველა სიტუაციას და სწორედ ასეთივე ხისტი, ერთგვარად სწორხაზოვანი პროპაგანდის გატარება სურდა მას სახელმწიფო ტელევიზიის საშუალებით. ზ.გამსახურდია ასევე ცდილობდა მედიის საშუალებით ე.წ. “კლასიფიკატორის” ეფექტი აქტიურად ამუშავებინა, რათა მისი პირადი მტრები მოსახლეობის გონებაში ავტომატურად აღქმულიყვნენ ქვეყნის მოღალატეებად. ამ მეთოდების ამუშავებას კი ერთგული და, რაც მთავარია, პროფესიონალებით დაკომპლექტებული მედიისაშუალება სჭირდება. საქართველოს ახალი ხელისუფლების ლიდერის უპირატესობა მდგომარეობდა იმაში, რომ იმ პერიოდში მხოლოდ ერთი ტელემაუწყებლობა არსებობდა, შესაბამისად, სახელმწიფო ტელევიზიის კონტროლი პრობლემას არ წარმოადგენდა. გამსახურდიას ასევე ჰყავდა კვანტალიანის მსგავსი ერთგული ადამიანებიც. თუმცა ყველაზე დიდი პრობლემა პროფესიონალიზმი და ერთმანეთს დაპირისპირებული ჟურნალისტები იყვნენ.

ხელისუფლებამ გადაწყვიტა ტელევიზიით გადაეცა ე.წ. ქვეყნის მოღალატეთა სიები. სავარაუდოა, რომ ეს ნაბიჯი ე.წ. “ყურადღების გადატანის” მიზნით ხორციელდებოდა. სწორედ ასეთი ვითარება, ამ ტიპის ხისტი პროპაგანდა გახდა შეუქცევადი პროცესების მაპროვოცრებელი. ჟურნალისტთა დიდი ნაწილი, რომელსაც ახალი ხელისუფლების გადაწყვეტილებით ეთერზე ხელი აღარ მიუწვდებოდათ, ოპოზიციური აზრისთვის ალტერნატიული საათის გამოყოფის, ე.წ. სამშობლოს მოღალატეების სიების ტელევიზიით გადაცემის აკრძალვის და ტელე-

რადიო დეპარტამენტის ხელმძღვანელობის შეცვლის მოთხოვნით, 1991 წლის 12 სექტემბერს, სახელმწიფო ტელევიზიის კიბეზე საპროტესტო აქცია დაიწყო. პირველ დღეს მიტინგზე სიტყვით ცნობილი ტელე სახეები გამოდიოდნენ. ჟურნალისტები ხაზგასმით აცხადებდნენ, რომ ისინი საკუთარი ღირსებისა და სიტყვის თავისუფლების დასაცავად გამოვიდნენ ქუჩაში. კიბეზე მსხდომი ჟურნალისტები, როგორც თავად აცხადებდნენ, სიტყვის თავისუფლებისთვის, სახელმწიფო ტელევიზიის შენობაში დარჩენილნი კი, საქართველოს თავისუფლებისთვის იბრძოდნენ, რაც ერთგვარი შედეგი იყო მთავარი კითხვისა - ჯერ დემოკრატია თუ ჯერ დამოუკიდებლობა. ქვეყანაში არსებული რეალური მდგომარეობის ამსახველი არა ტელევიზიის ეთერი, არამედ შენობამდე მისასვლელი ცენტრალური კიბეები გახდა. აქციის მეორე დღეს კი, ტელევიზიის კიბეები ოპოზიციონერ პოლიტიკოსთა ტრიბუნად გადაიქცა. შედეგად აქციის მონაწილე ჟურნალისტთა აზრი გაიყო. სიტყვის თავისუფლებისთვის მებრძოლ ჟურნალისტთა მცირე ნაწილი პოლიტიკურ თამაშს აერიდა და აქციაზე აღარ გამოჩენილა. ოპოზიციის ლიდერებმა კი, უკვე სხვა მოთხოვნა - პრეზიდენტის ინსტიტუტის გაუქმება წამოაყენეს. მათვე სახელმწიფო ტელევიზიის შენობის ბლოკირება განახორციელეს. ხელისუფლების მომხრე ჟურნალისტებს მუშაობის საშუალება აღარ ჰქონდათ. მათ ტელეაპარატურის ნაწილი უზენაესი საბჭოს შენობაში გადაიტანეს, სადაც მინი სტუდია მოაწვეეს და ტელევიზიის შენობა დატოვეს. შენობაში დარჩენილი აპარატურის მეშვეობით კი გაფიცულმა ჟურნალისტებმა ე.წ. “კიბის ტელევიზია” შექმნეს. ალტერნატიული ტელევიზიის სიგნალის მიღება მხოლოდ რამდენიმე უბნის - საბურთალოს, ვერის და ვაკის ნაწილზე, ტელევიზიის მიმდებარე ტერიტორიაზე იყო შესაძლებელი. ტელევიზიის კიბეებთან გამოტანილი იყო ორი ტელევიზორი, სადაც ოპოზიციურად განწყობილი ჟურნალისტების მიერ მომზადებული სიუჟეტები გადიოდა. ხელისუფლების მიერ უნებლიედ თუ შეგნებულად აწყობილი პროპაგანდის - “ინფორმაციული ბლოკადისა” და “ყურადღების გადატანის” ჯაჭვი ნაწილობრივ გაირღვა. ერთი შეხედვით, ტელევიზიის შენობის მიმდებარე ტერიტორიაზე მოვლენები ქაოტურად და იმპულსურად მიდინარეობდა, თუმცა მოვლენათა ქრონოლოგიის გაანალიზებისას, ჩვენ ხელისუფლების საწინააღმდეგო პროპაგანდის საკმაოდ კარგად გამართულ ხაზს დავინახავთ, რომელიც სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების სახელით ხორციელდებოდა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში არსებობს ამ მოვლენების ამსახველი დოკუმენტური მასალა. ჟურნალისტები განიხილავენ გაფიცვის შესაძლო ფორმებს. 12 სექტემბერს კი კვლავ იკრიბებიან და ტელევიზიის ცენტრალურ კიბეებზე საპროტესტო აქციის დაწყების გადაწყვეტილებას იღებენ. დოკუმენტურ კადრებში ასახულია, რომ საპროტესტო აქციას ორგანიზებას ჟურნალისტები: მამუკა არეშიძე, ვალერი კვარაცხელია, თამარ ცაგარეიშვილი, საინფორმაციო პროგრამა “მოამბის” მთავარი რედაქტორი გელა ქოქიაშვილი ცდილობენ. გადაწყვეტილების მიღებისას ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური ვალერი კვარაცხელიაა, რომელიც თითქმის ერთ თვეში 17 ოქტომბერს პოლიტიკური გაერთიანება “დემოკრატიული პარტიის” კომიტეტის თავმჯდომარედ აირჩიეს. ასევე აღსანიშნავია, რომ სწორედ ვალერი კვარაცხელია იყო ერთ-ერთი პირველი, ვინც 1991 წლის 18 ოქტომბერს ედუარდ შევარდნაძეს (საქართველოს სსრ ცენტრალური კომიტეტის ყოფილ პირველ მდივანს, საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა ყოფილ მინისტრს) საქართველოში ჩამოსვლა და ხელისუფლების სადავეების აღება საჯაროდ სთხოვა.

ხელისუფლებისგან განსხვავებით, ოპოზიცია მეტად გამართული პროპაგანდისტული სტრატეგიით მოქმედებდა. მათი მთავარი მიზანი უკმაყოფილების მუხტის ესკალაცია, დაპირისპირების მაქსიმალურად გამწვავება და შედეგად ხელისუფლების დამხობა იყო. გამსახურდიას პროპაგანდისტულ ხაზს ოპოზიციამ სხვა პროპაგანდისტულ ხერხებთან ერთად ძირითადად “საცდელი ბურთები”, “კონტრასტის პრინციპი”, “ანონიმური ავტორიტეტი”, “არწივის ეფექტი” და “მედიატორები” დაუპირისპირა. ხელისუფლებისგან განსხვავებით, მოწინააღმდეგე მხარეს არ ჰქონდა წვდომა სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფ მედიასთან, თუმცა მათ საბზისო “შეიარაღებაში” იყო “ანონიმური ავტორიტეტები”: წარმატებული, პოპულარული ადამიანები, რომლებიც “არწივის ეფექტს” ახორციელებდნენ. ორივე მეთოდი კი, თავისთავად შობდა ე.წ. “კონტრასტის პრინციპს” და კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამდა ერთგვარ კლასობრივ დაპირისპირებას. განვითარებული მოვლენების და ოპოზიციის მოქმედების გაანალიზების საფუძველზე, ჩვენ შეგვიძლია შევადგინოთ სტრატეგიული პროპაგანდისტული გეგმის მოდელი, რომელიც ოპოზიციური ბრძოლის ძირითად ღერძს წარმოადგენს



გრაფიკულ ძაბრში მოთავსებულია იმ ე.წ. “ბერკეტების” ჩამონათვალი, რაც გააჩნდა ოპოზიციას. “ანონიმური ავტორიტეტის” მეთოდის გამოყენებით, მეთოდურად მიმდინარეობდა იმ ნაკლოვანებების ხაზგასმა, რაც გამსახურდიას ხელისუფლებას ჰქონდა ქვეყნის საგარეო კურსის მიმართულებით. ამ კონტექსტში ფართოდ განიხილებოდა არსებული ხელისუფლების პირობებში საქართველოს მომავალი ე.წ. ასიმილაცია დიდ ევროპულ ოჯახთან. სწორედ ანონიმურ წყაროებზე დაყრდნობითა და ლოგიკური ჯაჭვის აგების მეშვეობით არწმუნებდა ოპოზიცია საზოგადოებას, რომ ეროვნული ხელისუფლება არ სარგებლობს ავტორიტეტით და, შესაბამისად, ვერ შესძლებს გამოძებნოს საერთო ენა ევროპული ქვეყნების ლიდერებთან. ქართული საზოგადოების ე.წ. ელიტარული ნაწილის უმრავლესობა ხელისუფლების ოპოზიციაში იმყოფებოდა, რამაც ავტომატურად “არწივის ეფექტი” გამოიწვია. საქართველოს მოსახლეობა თვალნათლივ ხედავდა, რომ წარმატებულ და პოპულარულ ქართველთა უმრავლესობა განუდგა გამსახურდიას ხელისუფლებას. შესაბამისად, ამუშავდა მარტივი ასოციაციური აზროვნება – წარმატებული ადამიანი ყველა საქმეში წარმატებულია. გამომდინარე იქედან, რომ “წარმატებულები” ბარიკადის საპირისპირო მხარეს იდგნენ - ხელისუფლებას ბრძოლა წაგებული აქვს, რადგან მრავალგზის დაჯილდოვებული, პოპულარული ადამიანები არჩევანში არ შეცდებოდნენ. ეს განცდა კი უმცირესობაში დარჩენის შიშს იწვევს და ადამიანთა დიდი ნაწილი, ვინც იდეურად არ არის ჩართული პოლიტიკურ ბრძოლაში, ემხრობა მას, ვისაც გამარჯვების, შესაბამისად, უმრავლესობაში ყოფნის მეტი შანსი აქვს. ჩვენს გრაფიკულ ძაბრში ასევე არის “კონტრასტის პრინციპიც”. ამ მეთოდმაც საკმაოდ მძაფრი გავლენა იქონია ქართულ საზოგადოებაზე. მოცემულ შემთხვევაში კი, მეთოდმა ქართული საზოგადოების მანკიერი მხარე – ე.წ. სნობიზმიც მოიცვა. “კონტრასტის პრინციპის” წყალობით, პოლიტიკური ორიენტაცია ერთგვარად სოციალური ფენის განმსაზღვრელიც გახდა.

სწორედ ამ მეთოდის გამოყენებით ჩამოყალიბდა სტერეოტიპი, რომ გამსახურდიას მხარდამჭერები ძირითადად სხვადასხვა რეგიონის წარმომადგენლები იყვნენ, ხოლო დანარჩენნი ე.წ. “ნადები” საზოგადოება ოპოზიციის მიერ მოწოდებულ საპროტესტო აქციაზე იკრიბებოდა. ჩვენს მიერ წარმოდგენილი გრაფიკული ძაბრიდან თავდაპირველად გამოდის ე.წ. “საცდელი ბურთები”. საგულისხმოა, რომ სწორედ ეს მეთოდი იკავებდა ოპოზიციის პროპაგანდისტული სტრატეგიის მოწინავე პოზიციას. “საცდელი ბურთების” გაშვებით, ოპოზიცია ერთგვარად დაზღვეული იყო არაპოპულარული ნაბიჯების გადადგმისგან. მეთოდი იძლევა მოსახლეობის განწყობის შესწავლის და შემდგომში სწორი და დროული ტაქტიკის შერჩევის საშუალებას. პროპაგანდისტული სტრატეგიის იმიტირებული გრაფიკის მეშვეობით, ჩვენ განვსაზღვრეთ ისიც, რომ პროპაგანდას, რომელსაც ოპოზიცია აწარმოებდა ჰყავდა განსაზღვრული სეგმენტი - ე.წ. აზრის ლიდერები. გამიზნული, გააზრებული სტრატეგიის მეშვეობით კი, ამუშავდა “მედიატორების” მეთოდი, რომლებიც დამუშავებულ, საცდელ ბურთებში გავლილ ინფორმაციას ავრცელებდნენ.

ხერხის ერთ-ერთი პირველი სამიზნე მედია იყო, მით უფრო, თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ სახელმწიფო ტელევიზიაში მომუშავე პოპულარულ ჟურნალისტთა უმრავლესობა თავად იქცა “მედიატორად”. ყველაზე მნიშვნელოვანი პროპაგანდისტული გამარჯვება ოპოზიციამ იმით მოიპოვა, რომ მხოლოდ ნაწილობრივ გაარღვია ინფორმაციული ბლოკადა, შექმნა ალტერნატიული კიბის ტელევიზია, რითაც მოახდინა ოპოზიციურად განწყობილი მოსახლეობის კონცენტრაცია სახელმწიფო ტელე-რადიო დეპარტამენტის შენობასთან, რადგან ალტერნატიული ინფორმაციის მოსმენა მხოლოდ “ქუჩაში ტელევიზიის” შენობასთან იყო შესაძლებელი. ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ ოპოზიციურად განწყობილი ჟურნალისტების მიერ მომზადებული სიუჟეტების, ალტერნატიული აზრის ტრანსლირება ვერ, ან შეგნებულად არ ხედებოდა. მასალაზე მუშაობისას საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში მივაკვლიეთ კადრებს, სადაც აღბეჭდილია თუ როგორ აღწერენ ტელევიზიის ტექნიკური სამსახურის თანამშრომლები ტელევიზიაში არსებულ მატერიალურ-ტექნიკურ ქონებას იმ დღეს, როდესაც ოპოზიციის ერთ-ერთმა ლიდერმა თენგიზ კიტოვანმა და მისმა შეიარაღებულმა ფორმირებამ ჟურნალისტთა თხოვნის შემდეგ დატოვა კომიტეტის შენობა. აღწერის ნაწილი ფირზეა გადაღებული, რადგან უზენაეს საბჭოში მყოფი პრეზიდენტი გამსახურდია ოპოზიციურად განწყობილ ჟურნალისტებსა და უკანონო

შეიარაღებული ფორმირების წევრებს სახელმწიფო ქონების დამტაცებლებსა და პუტჩისტებს უწოდებს. პრეზიდენტისა და მთავრობის წევრების განცხადებების თანახმად, ტელევიზია გაძარცვული იყო. სწორედ გამსახურდიასა და მისი მთავრობის წევრების ბრალდების, თითქოს სახელმწიფო ტელევიზიის ქონება გაიძარცვა გასაბათილებლად, ფირზე, რომელიც დღეს საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივში ინახება, აღბეჭდილია ტელევიზიის სააპარატოებისა და სხვა ტექნიკური ბაზის მდგომარეობა. კადრები იმ პერიოდის ოპოზიციას საკუთარი სიმართლის დასადასტურებლად სჭირდებოდა, თუმცა საგულისხმოა, რომ იქვე მკაფიოდ ისმის ტექნიკოსთა დიალოგი, რომლებიც ამბობენ, რომ ყველაფერი რიგზეა და არსებული ტექნიკით, ყოველგვარი დაბრკოლების გარეშე, შესაძლებელია ტრანსლირების განხორციელება. თუ ჩვენ ამ შემთხვევით ჩაწერილ (ქრონიკალური კადრების გადაღების მიზანი არ ყოფილა არსებული მდგომარეობის ვერბალური შეფასება. ფირზე უნდა აღბეჭდილიყო მხოლოდ ის, რომ შენობიდან აპარატურა არავის გაუტანია) რამდენიმე ფრაზას გავაანალიზებთ და ოპოზიციის ნაბიჯების ლოგიკურ ჯაჭვში ჩავსვავთ, მივიღებთ წინასწარ გათვლილ სტრატეგიას, რასაც გაბრაზებული მოსახლეობის მაქსიმალური რაოდენობა უნდა გამოეყვანა ქუჩაში. სცენარი სხვაგვარად რომ განვითარებულიყო – ე.წ. კიბის ტელევიზიის ნაცვლად, შექმნილიყო ალტერნატიული მაუწყებლობა, ამუშავდებოდა “ორთქლის გამოშვების” პრინციპი და ნაკლებ სავარაუდოა, რომ ოპოზიციას ქუჩაში მოსახლეობის დიდი მასის კონცენტრირება მოეხდინა. იმ ეჭვს, რომ ალტერნატიული აზრის ტრანსლაციას არა გამსახურდიას ხელისუფლება, არამედ თავად ოპოზიცია ბლოკავდა, აღრმავებს ზემოთ მოყვანილი ცნობილი ფაქტიც, რომ ჯერ კიდევ გაფიცვის საწყის ეტაპზე, პრემიერ მინისტრის ბ. გუგუშვილის შეთავაზება – შეექმნათ ალტერნატიული ტელევიზია, ოპოზიციურად განწყობილმა ჟურნალისტებმა არცკი განიხილეს. რთულია იმის მტკიცება, თავად ჟურნალისტები რამდენად ჩართულები იყვნენ ამ ავანტურაში, თუმცა უმრავლესობას მოგვიანებით გაუჩნდა განცდა, რომ მათი პროტესტით მანიპულირებდნენ. 2010 წელს ჩაწერილ ინტერვიუში, ჟურნალისტთა პროტესტის ერთ-ერთი ლიდერი მამუკა არეშიძე აცხადებს, რომ პროცესები იყო მართული. *“გვიან უკვე დეკემბერში მივხვდი, რომ მანიპულატორი იყო რუსეთი”.*

**ედუარდის გიორგად გარდაქმნის პროცესი
(შევარდნაძის დაბრუნება)**

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

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

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

-არა, ეს მხოლოდ გაგრძელებაა, ვუთხარი”⁵ ასე რომანტიულად აღწერს შევარდნაძე საკუთარ მემუარებში საქართველოში ჩამოსვლის დღეს. სსრკ-ს ყოფილ საგარეო საქმეთა მინისტრს აეროპორტში ოპოზიციის ლიდერები და თბილისის ომის ორგანიზატორები ჯაბა იოსელიანი და თენგიზ კიტოვანი, ასევე წითელი მიხაკებით ხელში მდგომი ინტელიგენციის ნაწილი დახვდა, თუმცა აეროპორტშივე, ოდნავ მოშორებით, იყვნენ საქართველოს პირველი პრეზიდენტის მხარდამჭერები, რომლებიც უკმაყოფილო შეძახილებით აპროტესტებდნენ ცენტრალური კომიტეტის ყოფილი მდივნის თბილისში ჩამოსვლას. *“მე მივესალმები ჩემს მეგობარ ქართველ ინტელიგენციას, რომელმაც როცა საჭირო გახდა იარაღი და ავტომატი დაიჭირა ხელში იმიტომ, რომ საქართველოსთვის ებრძოლა, რომელმაც ადრე გამოაფხიზლა ქართველი ხალხი. მადლობა მათ.”⁶* იქვე ე. შევარდნაძემ ჟურნალისტებთან განაცხადა, რომ მისი საქართველოში დაბრუნება ყველაზე სარისკო ნაბიჯი იყო მთელი მისი ცხოვრების განმავლობაში. აეროპორტიდან შევარდნაძე პირდაპირ სიონის საკათედრო ტაძარში გაემართა, მოინახულა საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქი, რომელმაც მოგვიანებით მონათლა როგორც “გიორგი” (1992წ. ნოემბერში). უკვე ყოფილმა კომუნისტმა, მოგვიანებით, მედიისთვის მეორე კომენტარი გააკეთა, სადაც აღნიშნა, რომ “ყველაფერი არის ნანგრევებში, ჩვენ უნდა ვიშრომოდეთ ყველაფრის გამოსასწორებლად”.

ედუარდ შევარდნაძის თბილისში ჩამოსვლის პირველი დღის გაანალიზებით ნათელია, თუ რა ტიპის პროპაგანდისტული კამპანიის წამოწყებას გეგმავდა.

⁵ ე. შევარდნაძე, მემუარები “ფიქრი წარსულსა და მომავალზე”. გვ. 279

⁶ სსმ-ს არქივიდან 1992წ.

რამდენიმე მოკლე კომენტარისა და ქმედების საფუძველზე, შეგვიძლია გამოვყოთ მკაფიო გზავნილები:

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

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

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

4. პირველივე დღეს შევარდნაძემ პოლიტიკური რებრენდინგი განახორციელა და სიონში ვიზიტის წყალობით აამოქმედა “არწივის ეფექტის” მეორე მიმართულებაც – გვერდით ანუ ერთად. გარდა ამისა, ამ ნაბიჯით მან კიდევ ერთელ გაუსვა ხაზი, რომ მის თანასწორად მხოლოდ ერთ პიროვნებას – პატრიარქს აღიარებს, ხოლო ისინი ვინც მას მიხაკებით აეროპორტში დახვდნენ, მისთვის არა პიროვნებები, არამედ ე.წ. აზრის ლიდერების ჯგუფია, რომლის წევრებიც ცალკეულ ფასეულობას არ წარმოადგენენ. ეს ნიუანსიც მისი პოლიტიკური რებრენდინგის მნიშვნელოვანი შემავალი ნაწილია.

5. ე. შევარდნაძემ არ მიმართა გამსახურდიასა და მისი მომხრეების “დემონიზაციის” მეთოდს, როგორც შთაბეჭდილებაც შეიძლება ერთი შეხედვით დაგვრჩეს. მან ამ შემთხვევაში აქცენტები გადაანაცვლა და საზოგადოების აზრის ფოკუსირება არა დანგრეულის მიზეზების და დამნაშავეის დასჯაზე, არამედ

მომავალსა და შენებაზე გააკეთა, რითიც კიდევ ერთხელ ამუშავდა “არწივის ეფექტი”. ის ერთადერთი წარმატებული ქართველი პოლიტიკური ფიგურაა და, შესაბამისად, ვისი, თუ არა მხოლოდ მისი თაოსნობით შეიძლება დანგრეულის აშენება.

ე. შევარდნაძის მმართველობის პირველი 3 წლიანი ციკლი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპია. 1992 წლიდან 1995 წლის ნოემბრის არჩევნებამდე, მისი ამოცანა ლეგიტიმურად რეალური ხელისუფლების მოპოვება იყო. სამხედრო საბჭოს მიერ შექმნილი სახელმწიფო საბჭოს ძალა სიმბოლური იყო. თვით საბჭოს მხოლოდ საკონსულტაციო ფუნქცია გააჩნდა. მმართველობის რეალურ ბერკეტს კი საბჭოების კონსილიუმი ფლობდა, რომელიც შედგებოდა უმაღლესი საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ფუნქციებისგან. აქ წარმოდგენილნი იყვნენ 4 ხმის მიმცემი წევრი – პრეზიდენტის ხელმძღვანელი ე. შევარდნაძე, მოადგილე ჯ. იოსელიანი, პრემიერ-მინისტრის მოვალეობის შემსრულებელი თ. სიგუა და პრემიერ-მინისტრის მოადგილე თ. კიტოვანი. პრეზიდენტის ხმის მიცემის წესი კონსენსუსით განისაზღვრებოდა, თუმცა აქვე აღსანიშნავია, რომ ყველა ხმის მიმცემ წევრს ჰქონდა ვეტოს უფლება. 1992 წლის 11 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნებით კი, რომელიც სამხედრო საბჭომ დანიშნა, შევარდნაძის ხელისუფლების ერთგავრი ლეგიტიმაცია განხორციელდა. ის უკვე მოსახლეობის მიერ არჩეული პარლამენტის და თავდაცვის სახელმწიფო საბჭოს თავმჯდომარე გახდა.

დაკარგული ტერიტორიების, წაგებული ომის 300000-მდე დევნილის, უკიდურესად მწვავე სოციალური პრობლემების, გაყინული ხელფასებისა და პენსიების, მაღალი კრიმინალური ფონის და ა.შ. მიუხედავად, ე. შევარდნაძემ მოახერხა მოსახლეობისთვის დაემტკიცებინა, რომ ის სტაბილურობისა და კეთილდღეობის ერთადერთი გარანტი იყო. სწორედ 1992-დან 1995-მდე პერიოდში მან შეიმუშავა და შეცვალა კონსტიტუცია (მიუხედავად 1991-92 წლებში განვითარებული მოვლენებისა, როდესაც მაშინდელი ოპოზიციის მთავარი მოთხოვნა საპრეზიდენტო მმართველობის გაუქმება და ქვეყნის საპარლამენტო მოწყობაზე გადასვლა იყო), რის შემდეგაც საქართველოს პრეზიდენტი გახდა. იმისთვის, რომ ავაგოთ შევარდნაძისეული პროპაგანდის მოდელირებული ღერძი და ავხსნათ ის, თუ რა მეთოდებით მოახერხა მან არაერთი პოლიტიკური მარცხის მიუხედავად მოსახლეობის კეთილგანწყობის მოპოვება, სადისერტაციო ნაშრომში გაანალიზებულია ამ 3 წლიანი ციკლის მნიშვნელოვანი, გარდამტეხი მომენტები,

სახელმწიფოს მეთაურის მიერ გადადგმული არაპოპულარული ნაბიჯები, რომელიც მედიის მეშვეობით მას მეტად პოპულარულს ხდიდა. სწორედ პრეზიდენტის მიერ გადადგმული ნაბიჯებიდან და ამ გადაწყვეტილებების მედიის მიერ გაშუქების ანალიზის შემდეგ, სადისერტაციო ნაშრომში მივდივართ დასკვნამდე, რომ მოსკოვიდან თბილისში დაბრუნებული სსრკ-ს ყოფილი საგარეო საქმეთა მინისტრის პროპაგანდისტული ხაზი არა სახელმწიფოს, არამედ საკუთარი ხელისუფლების გამყარების ინტერესებიდან გამომდინარეობდა.

აფხაზეთის კონფლიქტი

ყველაზე მძიმე ეტაპი როგორც ე. შევარდნაძის პოლიტიკურ მოღვაწეობაში, ისე საქართველოს უახლეს ისტორიაში, აფხაზეთის 13 თვიანი ომია. როგორ მიმდინარეობდა უშუალოდ ომის გაშუქება ქართულ და რუსულ მედიაში, იყო თუ არა გამოყენებული საომარი პროპაგანდისტის დამახასიათებელი მეთოდები – ეს სადისერტაციო ნაშრომში კონკრეტული ფაქტების მოყვანისა და მათი ანალიზის შედეგადაა გამოკვლეული. რეფერატში, აღნიშნულის მხოლოდ მცირე ნაწილს მოვიყვანთ. კერძოდ: რუსული ტელეარხებით ყოველდღიურად შეუნიღბავი პროპაგანდა მიმდინარეობდა. ამუშავებული იყო ყველა შესაძლო პროპაგანდისტული ხერხი, რაც მეთოდურად აყალიბებდა შთაბეჭდილებას, რომ ქართველები უდანაშაულო აფხაზებს, მშვიდობიან მოქალაქეებს ხოცავენ. ამის ნათელი მაგალითია თითქმის ყველა რეპორტაჟი, რაც იმ პერიოდში რუსეთის სამაუწყებლო მედიით გადაიცემოდა. მაგალითისთვის (6 ოქტომბერი 1992) რუსეთის პირველი არხის საინფორმაციო პროგრამაში გასული სიუჟეტის წარდგენისას (საგულიხმოა, რომ იმ კონკრეტულ დღეს განსაკუთრებული არაფერი მომხდარა, ეს იყო მორიგი რეპორტაჟი ცხელი წერტილიდან), წამყვანი თურქმენეთში მომდარი მიწისძვრის შემდეგ, გადადის აფხაზეთის საკითხზე ტექსტით: *“აფხაზეთში კი ხალხი ბოლო დღეების განმავლობაში იღუპება არა სტიქიური უბედურების გამო, არამედ სხვა ადამიანების ხელით. შურისძიება ასევე სტიქიური უბედურებაა”*.⁷ რუსული პროპაგანდისტული მანქანის პირველი ეტაპი “მტრის ხატის” შექმნა იყო. ამას გარდა პირველ ეტაპზე სეპარატისტთა უმთავრესი თეზისი, რასაც რუსული მედია ტირაჟირებდა იყო ის, რომ აფხაზების თქმით ისინი უკანონო სახელმწიფო საბჭოს ჯარებს ებრძვიან. ამით რუსული მხარე ცდილობდა ბრძოლაში ზ. გამსახურდიას

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=04WYtqwp3DA> Новости 1 канал Останкино 1992 г

მომხრეები არ ჩართულიყვნენ. პირველ ეტაპზე რუსული პროპაგანდისტული მანქანის მიერ დასმული აქცენტებით იქმნებოდა ილუზია, თითქოს აფხაზებიც “ხუნტას” ებრძვიან. მოგვიანებით, რუსული მედია საქართველოს წინააღმდეგ ბრძოლის მოტივაციის ამაღლებაზე მუშაობდა. მაგალითისთვის: რუსი ჟურნალისტის ა. ლუბუმოვს გადაცემაში “წითელი კვადრატი”, სტუმრად არძინბას სეპარატისტული ხელისუფლების გენერალური პროკურორი ანრი ჯერგენია ჰყავდა, რომელსაც ავტორი ეკითხება: *“რუს მოხალისე ოფიცრებს, რომლებიც აფხაზეთში ჩამოვლენ და თქვენ მხარეს იომებენ, ექნებათ თუ არა საშუალება შემდეგ აფხაზეთში დარჩნენ? რა თქმა უნდა”* – პასუხობს ჯერგენია. ეს “სარეკლამო” დიალოგი იმართება მაშინ, როდესაც რუსული არმიის შემადგენლობას უკიდურესად უჭირს და თავად რუსეთის ხელისუფლებას არ აქვს საშუალება სამხედროთა სოციალურ-კომუნალური საკითხები მოაგვაროს. ხოლო, როდესაც ქართველები, მშობლიურ სახლებს ტოვებდნენ და იძულებულნი იყვნენ ადღერთან რუსეთ-საქართველოს საზღვარი გადაეკვეთათ, რუსული მედია მათ “ბოვეიკებად” მოიხსენიებდა. პროპაგანდისტული მანქანას არა მხოლოდ საზოგადოებრიობის აზრის მართვის ბერკეტი, არამედ კონკრეტულ გადაწყვეტილებებზე ზეწოლის მოხდენა შეეძლო. სწორედ რუსული მედიის მხრიდან განხორციელებული წნეხის გამო, საქართველოს ხელისუფლება იძულებული იყო სხადასხვა ტიპის შეთანხმებებზე მოეწერა ხელი, მიუხედავად იმისა, რომ მეორე მხარე მას ყოველთვის არღვევდა. საქართველოს მთავრობის მიერ ე.წ. სამშვიდობო ხელშეკრულებებზე უარის თქმა წარმატებით იქნებოდა გამოყენებული ქვეყნის წინააღმდეგ, იმის დასადასტურებლად, რომ საქართველოს არ სურს კონფლიქტის მშვიდობიანად გადაწყვეტა და მათი მთავარი მიზანი აფხაზი ხალხის გენოციდია. არა მხოლოდ ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, არამედ ზოგადად საინფორმაციო ომის წარმოებისას, რუსული მედია ერთსულოვანია და სახელმწიფოს სტრატეგიული ინტერესებიდან გამომდინარე, კოორდინირებულად მოქმედებს.

ედუარდ შევარდნაძემ კი, მართლაც ერთ-ერთმა უკანასკნელმა 27 სექტემბერს დატოვა სოხუმი. მისი ეს ნაბიჯი ქართულმა მედიამ სათანადოდ დააფასა და ყველა ქართული მედიასაშუალება დეტალურად ჰყვებოდა, თუ როგორ დარჩა ე. შევარდნაძე სიცოცხლის რისკის ფასად, ბოლო დღემდე, სოხუმში. როგორ ჰქონდა დამიზნებული თვითმფრინავს სითბური ჭირვები და როგორ სასწაულებრივ

ჩამოაღწია უვნებლად თბილისამდე. ასე შეიქმნა მართალია წაგებული, მაგრამ მაინც ომის გმირის სიმბოლო.

სტაბილურობიდან კეთილდღეობამდე

ე.შევარდნაძე მართლაც უალტერნატივო იყო, ამას ხაზგასმით მასმედიის საშუალებით მუდმივად იმეორებდა ინტელიგენციის დიდი ნაწილი ისე, როგორც მეტ-ნაკლებად დემოკრატიული ელფერის მქონე პოლიტიკური ძალების წარმომადგენლები. ახალგაზრდა პოლიტიკოსთა საშუალებით ქართული მედიით, მეთოდურად იქმნებოდა სახელმწიფოს მეთაურის კულტი. *“შევარდნაძის ჭეშმარიტად რეფორმატორულ, ლიბერალური დემოკრატიისკენ ორიენტირებულ ძალებს ალტერნატივა არ გააჩნია. მისი ალტერნატივა შეიძლება იყოს ან საყოველთაო ქაოსი და ჩვენი ჩანასახოვანი სახელმწიფოებრიობის საბოლოო გაცამტვერება, ანდა ტოტალიტარული რეჟიმის დამყარება. შევარდნაძე ჩვენთვის არ არის უბრალოდ სახელმწიფოს მეთაური. ჩვენ მას აღვიქვამთ, როგორც ადამიანს, რომელმაც განუმეორებელი როლი უნდა შეასრულოს ისტორიაში და შევიდეს მასში, როგორც ახალი ქართული დემოკრატიის, ახალი ქართული სახელმწიფოებრიობის ჭეშმარიტი ფუძემდებელი. მან თავის ქვეყანაში ის როლი უნდა ითამაშოს, რომელიც თავიანთ ქვეყნებში შეასრულეს ჯეფერსონმა, დე ვოლმა თუ ათა თურქმა. შევარდნაძე ჩვენთვის პოლიტიკურ ფიგურაზე უფრო მეტია. მე ვიტყვოდი, იგი ჩვენი პოლიტიკური მოძღვარია, რომელიც ცდილობს, დაამკვიდროს ჩვენთან ზნეობრივი პოლიტიკის პრინციპები, რომლებიც დასავლური დემოკრატიის იდეალებს და ღირებულებებს ეფუძნება.”*⁸ ეს არის ნაწვეტი ზ. უვანიას (მომავალში “ვარდების რევოლუციის” ერთ-ერთი ლიდერის და ორგანიზატორის) მიერ “ჯორჯიან თაიმსისთვის” 1994 წელს მიცემული ერთ-ერთი ინტერვიუდან. ქართულ სამაუწყებლო თუ ბეჭდვით მედიაში ამ ტიპის ეპითეტებით სახელმწიფოს მეთაურის შემკობა და შევარდნაძის გაიგივება სხვა ქვეყნების ნაციონალურ გმირებთან, მუდმივ ხასიათს ატარებდა. “ნახევრად სიმართლე”, “კონტრასტის პრინციპი” და “გამეორება” – ეს იყო შევარდნაძის პროპაგანდისტული სქემის წამყვანი ხაზი.

სტაბილურობიდან კეთილდღეობისაკენ მიმავალმა ე. შევარდნაძემ მედიას თავისუფლება უბოძა. თუმცა პირდაპირი თუ ირიბი წნეხი სამაუწყებლო თუ ბეჭდურ მედიაზე ნაკლებად, მაგრამ მაინც ხორციელდებოდა. იყო შემთხვევები,

⁸ <http://www.opentext.org.ge/index.php/index.php?m=28&y=2002&art=10359>

როდესაც პრეზიდენტის მეუღლე, ნანული ცაგარეიშვილი-შევარდნაძე თავად ჟურნალისტი და გაზეთ “მშვიდობა ყოველთას” დამფუძნებელი, ტელეკომპანიებში რეკავდა და გასული სიუჟეტების გამო უკმაყოფილებას გამოთქვამდა. მის ერთ-ერთ სატელეფონო საუბარს, რომლის შინაარსიც ტელეკომპანია “რუსთავი 2-ის” პროგრამა “60 წუთის” ავტორმა და წამყვანმა ა. გოგიჩაიშვილმა გაასაჯაროვა, მედიაში აქტიური განხილვა მოჰყვა. *“ნანული შევარდნაძე ნერვიულობდა, ორჯერ დარეკა და მემუქრებოდა კიდევ. მითხრა, ჩემს ქმარს ვინც დაუპირისპირდა, ყველამ კისერი მოიტეხაო”*⁹. მსგავსი და უფრო უხეში თავდასხმები ჟურნალისტებზე არ იყო უცხო. თუმცა შევარდნაძის მმართველობის პერიოდი მედიის ისე, როგორც სიტყვის თავისუფლების მხრივ, როგორც მის წინამორბედის, ისე მის შემდგომი პერიოდის საქართველოს მმართველის პერიოდთან შედარებით მეტად დემოკრატიული იყო. თუმცა პრეზიდენტ შევარდნაძის ე.წ. უალტერნატივობის პროპაგანდისტული ხაზი, მედიის საშუალებით კვლავ ხორციელდებოდა. პროპაგანდის ახალი ტალღა მოიცავდა დოკუმენტურ ფილმებს, სატელევიზიო ფილმებსა და ვრცელი პორტრეტული ნარკვევის თუ პორტრეტული ინტერვიუს ჟანრის სატელევიზიო ჟურნალისტურ პროდუქტს. იმისათვის, რომ ნათლად წარმოვაჩინოთ თუ რა ტიპის პროპაგანდისტული კამპანია მიმდინარეობდა სადისერტაციო ნაშრომში წარმოდგენილი და გაანალიზებულია ყველა ჟანრის ნიმუშები. ავტორეფერატში კი მაგალითისთვის წარმოგიდგენთ მხოლოდ ერთს - ფრანგული დოკუმენტური ფილმი “ედუარდ შევარდნაძის სამი ცხოვრება”. ფილმი 1999 წელს, საპრეზიდენტო არჩევნებამდეა გადაღებული. საფრანგეთში იმ პერიოდში ახლად ჩასულ ქართველ რეჟისორს ნინო კირთაძეს, ფილმის გადაღება ცნობილმა კინოკომპანიებმა “არტემ” და “კანაპლიუსმა” დაუკვეთეს. კირთაძისთვის ეს პირველი დამოუკიდებელი დოკუმენტური ფილმი იყო. რეჟისორი თავადვეა სცენარის ავტორი, ხოლო ოპერატორი რიფკატ იბრაგიმოვია. ქართულ მედიაში გამოქვეყნებული, თუ ეთერით გადაცემული ინტერვიუებისას კირთაძე ყოველთვის ემადლიერება პრეზიდენტს, რომელიც გამოუცდელ რეჟისორს გადაღებაზე დასთანხმდა. *“უკვე პარიზში ვცხოვრობდი, როცა დამწყებ რეჟისორს, იქაურმა ცნობილმა კინოკომპანიებმა "არტემ" და "კანაპლიუსმა" დამიკვეთეს ეს ფილმი. მაშინ შევარდნაძე ჯერ კიდევ საქართველოს პრეზიდენტი იყო. მასზე ბევრი*

⁹<http://arqivi.net/News-სიახლეები/26872/>

ცნობილი რეჟისორი იღებდა ფილმს. მე კი: - გამარჯობა! ნინო კირთაძე ვარ. ვცხოვრობ საფრანგეთში. ჯერ არაფერი გადამიღია, მაგრამ თქვენი პორტრეტის გაკეთება მინდა... - და დამთანხმდა!”¹⁰ - აცხადებს კირთაძე ინტერვიუში, თუმცა არ აკონკრეტებს, როგორ დაუკავშირდა პრეზიდენტს, იყო თუ არა რაიმე პირობა შევარდნაძის მხრიდან, შეიტანა თუ არა პრეზიდენტმა, ან მისი გარემოცვის რომელიმე წევრმა სცენარში რაიმე სახის კორექტირება და ა.შ. რეჟისორი ამგვარ დეტალიზაციას ერიდება. ფილმი სრულად ეფუძნება ე. შევარდნაძის თხრობას, მის განვლილ გზას ბავშვობიდან დამოუკიდებელი საქართველოს პრეზიდენტობამდე. თხრობა ჩაწერილია მხოლოდ ორ ლოკაციაში. კადრი უძრავია, შევარდნაძე არ იყურება კემერისკენ, თუმცა ხედი ფრონტალურია და მთხრობელი ნახევრად პროფილშია. იქმნება შთაბეჭდილება, რომ ის ბიოგრაფიას თავის მეგობარს უყვება. ასევე აღსანიშნავია, რომ ფილმში გამოყენებულია მხოლოდ სამი ხედი – საშუალო, ნახევრად ახლო და ახლო. ფილმში გამოყენებულია ქრონიკალური, საარქივო კადრებიც, რაც პერიოდულად ანაცვლებს მთხრობელის კადრს და რამდენიმე ალტერნატიული კადრის გარდა, ზუსტად მიჰყვება ფილმის შინაარსობრივ მხარეს. ფილმის მუსიკალური გაფორმება, განსაკუთრებით მეორე ნაწილში, ერთგვარად მიჰყვება თხრობის განწყობას. ფილმის დასაწყისში კი, ისე როგორც შემდეგ, შევარდნაძის უკვე დამოუკიდებელ საქართველოში ჩამოსვლის აღწერას, ასევე აფხაზეთის ომის შესახებ თხრობას, ფონად გასდევს “წინწყარო”, რაც სავარაუდოა, რომ ფილმის ავტორს, “მშობლიურობის” განცდის მასტიმულირებლად სჭირდებოდა, თუმცა ეს ემოცია ტექსტის, კადრების და მუსიკის ერთობლიობას არ მოაქვს. თავად ფილმის შინაარსი კი უდავოდ საინტერესოა მათთვის, ვისაც სურს გაიგოს, თუ როგორ აფასებს შევარდნაძე ამა თუ იმ მოვლენას. აქვე აღსანიშნავია, რომ პრეზიდენტი შევარდნაძე ზოგადად თხრობის საინტერესო მანერით, გამოირჩეოდა და, ამ მხრივ, არც ეს ფილმი გამონაკლისი. რაც შეეხება კირთაძის ნამუშევრის იდეურ მხარეს, ფილმი საქართველოს პრეზიდენტს ცალსახად მხოლოდ დადებითი კუთხით წარმოაჩენს, რაც ე.წ. “ნახევრად სიმართლის” კლასიკური მაგალითია. მეტიც, შევარდნაძის მიერ მოყოლილი ყველა ისტორია მაყურებლისთვის მკაფიო გზავნილს შეიცავს. დოკუმენტური ფილმის პირველი ნაწილი მოიცავს შევარდნაძის ბავშვობიდან, საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა

¹⁰ <http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf>

მინისტრობამდე პერიოდს. *“რადღა თქმა უნდა ჩემი დროის და ეპოქის შიდა ვიკავი და ვარ, მაგრამ ის ეპოქა სხვა ეპოქა იყო.”* ასე იწყებს შევარდნაძე ბიოგრაფიის თხრობას. სურათის პირველივე წუთებში ირკვევა, რომ ნიჭიერი, ფრიადოსანი, ლიდერის თვისებებით დაჯილდოებული ეღუარდი ყრმობის ასაკიდანვე საღამოობით ესწრებოდა და ჩართული იყო დისკუსიებში თემაზე: რა ტიპის ქვეყანა შენდებოდა, ეს იყო სოციალიზმი თუ რაიმე სხვა. იქვე მოხრობელი იხსენებს მამის შეგონებას, რომ შურისძიება, რომელიც ქვეყანაში ბატონობს, სასიკეთოს არაფერს მოუტანს მოსახლეობას. შევარდნაძის მოგონებას ეფარება ეკლესიების ნგრევის და ლენინის კადრები, რაც ალეგორიულად მიგვითითებს იმის შესახებ, რომ მისი მშობლები მორწმუნენი და ღვთის მოშიშნი იყვნენ. მოწიფულ ასაკში კი შევარდნაძეს პირველი ეჭვი გაუჩნდა იმის მიმართ, რომ არსებული წყობა შორს იყო იმ პრინციპებისგან, რამაც ბედნიერი საზოგადოება უნდა ჩამოაყალიბოს. კირთაძის ფილმში, შევარდნაძე უფრო შორს მიდის და თავს თითქმის დისიდენტად წარმოაჩენს. სურათში პრეზიდენტი ამბობს: *“დავიწყე ფიქრი - სწორია ეს თუ არა, ის რა გზითაც მივდივართ. განსაკუთრებით მას შემდეგ, რაც ხრუშჩოვმა დაიწყო რეფორმები, რომელმაც არ გაამართლა. თითქმის 7 წელი ვიყავი შინაგან საქმეთა მინისტრი და მე შიგნიდან დავინახე ყველაფერი. მაპატიეთ და ნავაგი შიგნიდან დავინახე. თანდათანობით ჩემში მწიფდებოდა სხვა ადამიანი, მაგრამ ეს ხდებოდა ნელა, თანდათანობით და რა თქმა უნდა მარტო ჩემს თავთან. თუ რაიმე ეჭვი დამებადებოდა, ჩემს თავს ვუზიარებდი და ვკამათობდი. ჩემი პარტიული წლები ძალიან მნიშვნელოვანი იყო, მე მაშინ დავინახე, რომ სოციალიზმს არც ეკონომიკაში აქვს მომავალი.”* იქვე შევარდნაძე ამბობს, რომ კომუნისტებსა და პოლიტიუროს საჯაროდ მხოლოდ იმიტომ აქებდა, რომ საკუთარი ქვეყნისთვის სასიკეთო საქმეები გაეკეთებინა. შევარდნაძის პატრიოტიზმისა და გმირობის დასადასტურებლად, ამ პასაჟის შემდეგ, შემოდის 1978 წლის 14 აპრილს განვითარებული მოვლენების თემა. ცენტრალური კომიტეტის მდივნის მიერ, ქართული ენის გადარჩენის ისტორია ფილმის პირველი ნაწილის კულიმინაციაა. *“1970-იან წლებში მე მივხვდი, რომ რასაც სოციალიზმს ვუწოდებდით - დიქტატურის პირობებში აშენებული სახელმწიფო, ეს იყო ხალხის მოტყუება, მაგრამ მე უკვე მაღალი თანამდებობის პირი ვიყავი და მე უნდა, შევნიღბულიყავი, და დავიწყე თანამოაზრეების ძებნა.”* ამ სიტყვებით სრულდება თხრობა, რომელიც მოიცავს კომუნიზმის პერიოდში შევარდნაძის საქართველოში მოღვაწეობას.

შესაბამისად, მივიღეთ სურათი, რომლის მიხედვითაც ერთ ღარიბ, ქრისტიანულ ოჯახში დაბადებული, ნიჭიერი ახალგაზრდა მამაკაცი მახინჯ სისტემას მარტო ებრძვის და საკუთარი კარიერის, საკუთარი თავის რისკის ფასად, პატრიოტული გრძნობებიდან გამომდინარე, იხსნის მისთვის ყველაზე ძვირფასს – სამშობლოს. ასეთია კირთაძის მიერ წარმოჩენილი შევარდნაძე. ფილმში არსად, არც პირდაპირ არც ალექსორიულად, არც თხრობისას, არც ქრონიკალურ კადრებში არ არის ასახული ის რეალობა, რაც ფილმის გმირის შინაგან საქმეთა მინისტრობისას იყო საქართველოში. ვგულისხმობთ იმ ე.წ. კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლის ტალღას, რომელიც ახალგაზრდა მინისტრმა წამოიწყო. მეტიც, ფილმში ასევე არ არის ნახსენები შევარდნაძის მოღვაწეობის ერთ-ერთი ყველაზე მუქი ლაქა – გატაცებული თვითმფრინავის საქმე. *“გადავწყვიტე, ეს პასუხი ფილმში არ ჩამესვა. არ მინდოდა, ეს ტრაგედია ყოფილიყო კინოში სათამაშო თემა და მიმეწებებინა შევარდნაძის პორტრეტზე. ქართველებს ძალიან უყვართ ერთი "გმირის" აკვიატება, რომელსაც ყველა ცუდსა თუ კარგს მიაწერენ. თვითმფრინავის ბიჭების ტრაგედია არ არის მარტივი თემა, არც ფილმია ისეთი, საბჭოთა პერიოდში რომ იღებდნენ - რადიკალურად კარგ ან ცუდ ბიჭებზე. ცხოვრება გაცილებით რთულია, ვიდრე მარტივად დაყოფა - ვინ არის კარგი და ვინ ცუდი.”*¹¹ ასეთ განმარტებას იძლევა რეჟისორი, თუმცა ფაქტია, რომ დოკუმენტური პორტრეტის შექმნისთვის სასურველია, თუ არა აუცილებელი, ფილმის გმირის ობიექტური პორტრეტის შექმნა. კირთაძემ კი გმირის პოლიტიკური მოღვაწეობის ნეგატიური მხარეები საერთოდ არ ახსენა.

ფილმის მეორე ნაწილი მსოფლიო პოლიტიკაში ეღუარდ შევარდნაძის მნიშვნელობაზე მოგვითხრობს. მოკლე კოლაჟის შემდეგ, სადაც ნახვენებია თუ როგორ ხვდება მოხრობელი სხვადასხვა ქვეყნის ლიდერებს, ძირითადი აქცენტი კეთდება მის პირად ურთიერთობებზე სხვადასხვა მნიშვნელოვან პოლიტიკოსთან. *“მე ერთადერთი მინისტრი ვიყავი ვის საპატივცემულოდაც რეიგანი აწყო ბლა ლანჩს. მიმანიშნებდა ხოლმე – შენ არ ხარ ცუდი, იცინი (პოლიტიკურად) არიან ცუდებიო”*, ამბობს შევარდნაძე და იქვე იხსენებს, თუ როგორ უყვებოდა მას ამერიკის პრეზიდენტი ანეკლოტებს. თხრობას პერიოდულად ანაცვლებს ნაამბობის დამადასტურებელი კადრები, ბირთვული განიარაღების ხელშეკრულების

¹¹ <http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf>

ხელმოწერა, ავლანეთიდან და გერმანიიდან საბჭოთა ჯარების გაყვანა და ა.შ, რაც მეტად მნიშვნელოვან პერსონად წარმოაჩენს მთხრობელს. ჩვენი კვლევისთვის კი ყველაზე საინტერესო მეორე ნაწილის კულმინაციაა, სადაც შევარდნაძე საბჭოთა კავშირის რღვევაზე საუბრობს. ფილმის ეს მონაკვეთი კიდევ ერთი დასტურია იმისა, რომ დოკუმენტური ფილმის რეჟისორი მისდევს პროპაგანდისტული ფორმის კლასიკურ ხაზს და “ნახევრად სიმართლის” მეთოდს “ფაქტის კონსტატაციით”, იგივე “ჰიპნოზით” ამყარებს. როგორც ნაშრომის პირველ ნაწილში აღვნიშნეთ, მიზნის მისაღწევად საჭიროა აუდიტორიას მიეწოდოს 10 უტყუარი ინფორმაცია, მეთერთმეტე კი - დამუშავებული. “შევარდნაძის სამი სიცოცხლე” კი სწორედ ამ პრინციპითაა აგებული. ფილმის მეორე ნაწილში მთხრობელი ამბობს: *“რომ უკვირდებოდო რა ხდებოდა რესპუბლიკებში ეხვდებოდო, რომ კავშირის შენარჩუნება შეუძლებელი იყო. სხვა დასვენა თავის მოტყუება იყო”*. ფრაზას ეფარება 1989 წლის 9 აპრილის აქციის დარბევის რამდენიმე კადრი. მთხრობელი ფაქტს არ ახსენებს. აქციის შესახებ ფილმში არაფერია ნათქვამი. შემდეგ კი შევარდნაძე ამბობს, რომ გორბაჩოვი ან უნდა გადამდგარიყო, ან უნდა ებრძოლა რეჟიმის გადარჩენისთვის. თვითონ კი დიქტატურის მოახლოება იგრძნო და გადადგა. რასაც მოჰყვება 1990 წლის საარქივო მასალა – შევარდნაძის სიტყვა საბჭოთა კავშირის საგარეო საქმეთა მინისტრის თანამდებობიდან გადადგომის შესახებ. შესაბამისად, კირთაძის ფილმი დამონტაჟებულია ისე, რომ მაყურებელს დარჩეს შთაბეჭდილება, თითქოს 9 აპრილის აქციის დარბევასა და შევარდნაძის დიქტატურის წინააღმდეგ პროტესტის ნიშნად გადადგომას, პირდაპირი კავშირი აქვს. კულმინაციას დამაჯერებლობას სწორედ ე.წ. “ჰიპნოზი” სძენს, როდესაც მანამდე (მეორე ნაწილის დასაწყისიდან, ვიდრე კულმინაციის მომენტამდე) მთხრობილის მიერ გახსენებული ისტორიები სრული ჭეშმარიტებაა, რის უტყუარობასაც კადრზე აღბეჭდილი ფაქტობრივი მასალები ადასტურებს. სწორედ კადრების წყალობით, მონათხრობს ყველაზე სკეპტიკურად განწყობილი მაყურებელიც კი ირწმუნებს. დოკუმენტური ფილმის მეორე ლოგიკური ნაწილი მოსკოვის პუტჩისა და ლენინის ძეგლების ჩამოგდების კადრებით სრულდება. ფილმის დასკვნითი ნაწილის დასაწყისს კი ფონად კვლავ “წინწყარო” გასდევს, რაც იმის მანიშნებელია, რომ ამ ნაწილის წამყვანი თემა კვლავ სამშობლო და პატრიოტიზმია, რომლის გამოც მთხრობელი თბილისში დაბრუნდა. *“მე ვიცოდო, რომ სამოქალაქო ომი მძვინვარებდა საქართველოში. ჩემი ჩამოსვლა იყო ძალიან*

სარისკო. იყვნენ მომხრეები, მაგრამ იყვნენ მოწინააღმდეგეებიც. გადაწყვეტილება მივიღე იმიტომ, რომ ქვეყანას შეეღა სჭირდებოდა და ამას ჩემს გარდა ვერავინ გააკეთებდა!, რომ ჩამოვედი ისეთი შეგრძნება მქონდა თითქოს ადულებულ კუპრში ჩამიშვეს მთლიანად“- ამბობს ედუარდ შევარდნაძე. ფილმში ალეგორიული მინიშნებაც კი არ არის იმის შესახებ, რომ როგორც ქართველ პოლიტიკოსთა, ასე მოსახლეობის ნაწილი მიიხნევედა, რომ ზემოთ ხსენებული სამოქალაქო დაპირისპირება და საქართველოს პირველი პრეზიდენტის დამსობა სწორედ შევარდნაძეს უკავშირდებოდა. ისეთ “უხერხულ” თემას, როგორიცაა გამსახურდია და მისი მომხრეები, ფილმის ავტორი არ შეხებია. სავარაუდოა, რომ ამ შემთხვევაშიც კირთაძეს არ სურდა, რომ ასეთი დეტალები “ყოფილიყო კინოში სათამაშო თემა”. მთხრობელი ფილმში ემოციურად აღწერს აფხაზეთის ომს, რასაც პერიოდულად ედება ქრონიკალური კადრები - დაჭრილების, დევნილების მიერ აფხაზეთის დატოვების და სამხედრო ფორმაში ჩაცმული შევარდნაძის. შემდეგი თემა კი ომის შემდგომი საქართველო, დაძაბული შიდა პოლიტიკური ვითარება და პარლამენტში გამართული ხელჩართული ჩხუბი. მთხრობელის მიერ ლაკონურად და ქრონილოგიურად მოყოლილ ისტორიებს სწორედ ისტორიის შესაბამისი კადრები ეფარება. ფილმის ამ ნაწილის კულიმინაცია კი 1995 წელს შევარდნაძის პრეზიდენტად ინაუგურაციაა. “*მიაჩნდათ, რომ რუსეთის აგენტია, სხვა და სხვა, მაგრამ გადავიტანეთ ეს ყველაფერი. დანგრეული, დარბეული, ერთმანეთზე გადაკიდებული ხალხი, მაგრამ ახლა ქვეყანა ვართ არ ვართ ყველაზე დაღბენილი, მაგრამ მსოფლიო გვცნობს.*” მთხრობელის ამ სიტყვებს, ფილმის მესამე ნაწილის ერთგვარ ლოგიკურ დასკვნას, ენაცვლება მისი ინაუგურაციის კადრები. თუმცა კირთაძის მიერ შექმნილი პორტრეტი ამით არ სრულდება. გამბედავი პოლიტიკოსის, გულანთებული პატრიოტის გარდა, შევარდნაძე ავტორის წარმოსახვით, იდეალური შეყვარებული და მეუღლეცაა. სწორედ პორტრეტის შესავსებად და გმირის უკეთ წარმოსახვნად რეჟისორი და სცენარის ავტორი არ ასრულებს დოკუმენტურ ფილმს იქ, სადაც ლოგიკური წერტილია დასმული თავად მთხრობელის მიერ. მოულოდნელად ფილმში შემოდის ახალი მთხრობელი – გმირის მეუღლე ნანული ცაგარეიშვილი-შევარდნაძე, რომელიც მთავარ გმირთან რომანტიულ შეხვედრას იხსენებს. მის მონათრობს პერიოდულად ფარავს ძველი ფოტოები, რასაც მოსდევს 1995 წელს შევარდნაძეზე განხორციელებული ტერაქტის ქრონიკალური კადრები და მთავარი გმირის პირველი კომენტარი “*ესენი არიან*

ლაჩრები, არაკაცები, ტერორისტები ეს არის მათი ბოლო მცდელობა. ამ ტერორისტული აქტის შესრულების თავიცი არ აქვთ.” ამ პასაჟით ავტორი ცდილობს გმირის უპირატესობას კიდევ ერთხელ გაუსვას ხაზი. ე. შვეარდნაძეზე შექმნილ ამ დოკუმენტურ ფილმს “ნახევრად სიმართლის” და “ფაქტის კონსტატაციის” პროპაგანდისტული ხაზის გარდა, ე.წ. ისტორიის გადაწერის მცდელობაც აქვს, რადგან გმირის პოლიტიკურ გზაზე არსებული ნეგატივის დაფარვის გარდა, აშკარაა ნინო კირთაძის მცდელობა შეაღამაზოს და შეცვალოს ისტორიული რაკურსი, როგორც ეს 9 აპრილის ან თუნდაც შვეარდნაძის უკვე დამოუკიდებელ საქართველოში ჩამოსვლის ეპიზოდშია წარმოჩენილი. იდეალური წარსულის, დიდი პოლიტიკური გამოცდილების მქონე პროფესიონალი, თანამედროვე მსოფლიო გეოპოლიტიკის არქიტექტორი, რომელიც დროს უსწრებს და მოსახლეობის მაგივრად ფიქრობს – ასე წარმოაჩენდა შვეარდნაძეს მასზე შექმნილი სხვადასხვა მედიაპროდუქტი.

ყოველივე ამის საპირისპიროდ, პარალელურად გააქტიურდა შვეარდნაძის პოლიტიკური ოპოზიცია, რომლის ძირითადი დასაყრდენი დამოუკიდებელი სამაუწყებლო კომპანია “რუსთავი2” გახდა.

მზადება რევოლუციისთვის

ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ საინტერესო ტაქტიკა აირჩია. ისინი არა პირდაპირ, არამედ ირიბად დაუპირისპირდნენ პრეზიდენტს. კერძოდ კი, მათი სამიზნე არა პირადად ედუარდ შვეარდნაძის იმიჯი იყო, რის გამყარებაზედაც სახელმწიფო ტელევიზია მუშაობდა, არამედ მისი გარემოცვის მხილება. შვეარდნაძის პოლიტიკური გამოცდილება, მისი მიღწევები მსოფლიო დიპლომატიაში ისე, როგორც მისი პოლიტიკური აღლო და ნიჭი, ოპოზიციის მიერ მართულ მედიას, კითხვის ნიშნის ქვეშ არ დაუყენებია. პროპაგანდისტული ფრონტის ხაზი ფაქტობრივად ყველა სატელევიზიო ჟანრს ისე, როგორც სამაუწყებლო ბადეს მიჰყვებოდა. ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო პროგრამა ტელეკომპანია “რუსთავი 2-ის” პროგრამა „60 წუთია” – ჟურნალისტური გამოძიება, რომელიც იყო ანალოგი ცნობილი ამერიკული სამაუწყებლო კომპანია “CBS”-ის გადაცემიასა “60 Minutes”. ის ეთერში 1999 წლიდან, 4 წლის განმავლობაში, “ვარდების რევოლუციამდე” გადიოდა და მისი ძირითადი სამიზნე სწორედ

შევარდნაძის გარემოცვა იყო. ხშირად პროგრამის შემქმნელების მხრიდან ადგილი ჰქონდა ფაქტების უზუსტობასა და ცრუ ბრალდებებსაც კი. სადისერტაციო ნაშრომში განხილული და გაანალიზებულია როგორც სსენებული გადაცემა, ისე სხვა (თითქმის ყველა) ჟანრის პროექტი, რაც იმ პერიოდში ოპოზიციურად განწყობილი ტელეეთერთ გადაიცემოდა.

“ვარდების რევოლუციის” მოახლოებასთან ერთად, “რუსთავი 2“-ის პოზიცია სულ უფრო მკვეთრი იყო. 2003 წლის “შემოდგომის დესტაბილიზაციის” მომზადების პროცესი ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ ერთის მხრივ ისე განვლო, რომ პრეზიდენტი შევარდნაძე პირდაპირ არ დაუდანაშაუებია და სახელმწიფო ტელევიზიის მიერ შექმნილ ხატებას ანიმაციურ სერიალ “დარდუბალაში” კეთილ, საყვარელ ბაბუას – ე.შევარდნაძეს უმღერეს - “შენც წადი”. მეორეს მხრივ კი, საინფორმაციო გამოშვებებში და პოლიტიკურ შოუებში ოპოზიცია ქვეყანაში არსებულ კორუფციაში უკვე არა მხოლოდ პრეზიდენტის გარემოცვას, არამედ შევარდნაძესაც ადანაშაულებდა. საგულისხმოა, რომ პოლიტიკურ შოუებში ტელევიზია აქტიურად იყენებდა ე.წ. “არწივის ეფექტსა” და “კონტრასტის” პრინციპებს.

ახალგაზრდა რეფორმატორების ამოცანა საქართველოს პირველი პრეზიდენტის მიზანს ჰგავდა, თუმცა მათ გამსახურდიასა და მისი იდეოლოგიებისაგან განსხვავებით, ნაბიჯ-ნაბიჯ, თანმიმდევრულად და, რაც მთავარია, მაღალ პროფესიულ დონეზე აამუშავეს პროპაგანდისტული მანქანა. საბჭოთა მენტალიტეტის შესაცვლელად, ისინი არა კონკრეტულ პიროვნებებს, არამედ იდეოლოგიას “კონტრასტის პრინციპით” დაუპირისპირდნენ. მათ საზოგადოების აღქმაში ორი პოლუსი შექმნეს. ოპოზიციურად განწყობილმა მედიამ ამ პოლუსებს კონკრეტული პიროვნებების სახელი შეგნებულად არ დაარქვა, რადგან საზოგადოებისთვის ედუარდ შევარდნაძესა და მის პოლიტიკურ მეტოქეს მიხეილ სააკაშვილს შორის არჩევნის შეთავაზების შემთხვევაში, ბრძოლა შესაძლოა წაეგო. ამიტომ შექმნილ დაპირისპირებულ პოლუსებს შორის სხვაობის გასამყარებლად მიმართეს იდეოლოგიას – ერთის მხრივ პროგრესული, მეორეს მხრივ კი რეტროგრადული. ე.წ. რეფორმატორთა პროპაგანდის მთავარი მიზანი იყო არა კონკრეტულად ე. შევარდნაძის პიროვნებასთან ბრძოლა, არამედ იმის ჩვენება თუ ვინ არის მომავალი და ვინ წარმავალი. შესაბამისად, საზოგადოებაც გამარჯვებულს, ანუ მომავალს მიემხრო.

დასკვნა

ჩვენი შესწავლისა და კვლევის საგანს საკვლევი პერიოდის ის ტელე-კინო პროდუქცია წარმოადგენდა, რომელიც საზოგადოების ერთგვარ პოლიტიკურ მანიპულატორად იქცა. ნაშრომში ეს ორი სეგმენტი გაერთიანებულია და კინოპროდუქცია ისე, როგორც ტელევიზიის სხვადასხვა ჟანრი განხილულია როგორც მასობრივი ინფორმაციის იმგვარი საშუალება, რომელიც არა მხოლოდ ქვეყნის იდეოლოგიის წარმმართველი, არამედ წარმომშობიცაა.

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

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

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

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

✓ საქართველოს პირველი პრეზიდენტისა და მისი ერთგული გარემოცვის მიერ განხორციელებული ნაბიჯების გაანალიზებიდან გამომდინარე, იკვეთება პროპაგანდის რამდენიმე მეთოდი, ესენია: “პრობლემის შექმნა”, “დემონიზაცია”, “ისტორიის გადაწერა”, “ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები”, “კლასიფიკატორი”, “გამეორება” და “ინფორმაციული ბლოკადა”. კვლევაში მოყვანილი ფაქტების ვრცელი ანალიზისა და დასკვნების საფუძველზე, შეგვიძლია მოკლედ ჩამოვაყალიბოთ ის, თუ რატომ წააგო საქართველოს მოსახლეობის 87%-ით მიერ არჩეულმა პრეზიდენტმა პროპაგანდისტული ომი: 1 - გეგმა, რომელიც ეროვნულ ხელისუფლებას ჰქონდა დასახული – ჩაეჭრა კავშირები საბჭოთა (რუსულ) მენტალობასთან, მხოლოდ ნაწილობრივ განხორციელდა. 2 - პირველმა პრეზიდენტმა იდეოლოგიები არა პროფესიონალიზმის, არამედ ერთგულების კრიტერიუმით შეარჩია. 3 – ზვიად გამსახურდიას მიერ წარმოებული ე.წ. “დემონიზაციის” პროპაგანდისტული პროცესი კომიკურ ხასიათს იძენდა. კერძოდ, ერთ შემთხვევაში ზვიად გამსახურდია ხელოვნების უმრავლესობას “წითელ ინტელიგენციას” უწოდებდა და, ხშირ შემთხვევაში, მათ ბრალს სდებდა საბჭოთა უშიშროების კომიტეტთან თანამშრომლობაში, მეორე შემთხვევაში კი, სწორედ მათ მიერ ნაწარმოებ ხელოვნების ნიმუშებს, (მათ შორის უმთავრესად კინოპროდუქციას), იყენებდა მის მიერ მართული ტელევიზია ქართული, ეროვნული სულისკვეთების ასამაღლებლად. 4 - “ისტორიის გადაწერის” მეთოდი ასევე არათანმიმდევრულად, შერჩევითობის პრინციპის მიხედვით ხორციელდებოდა. პირველმა პრეზიდენტმა დამოუკიდებელი საქართველოსთვის არასასურველი

პირების, ავტორიტეტების ლუსტრაცია დაიწყო, თუმცა აქაც დაშვებული იყო მნიშვნელოვანი შეცდომა – ე.წ. “ავტორიტეტების” მსხვერვა არა ობიექტურად, არამედ ზ.გამსახურდიას პირადი სიმპათია-ანტიპათიის მიხედვით ხორციელდებოდა. 5 - გაუაზრებლად და არათანმიმდევრულად მიმდინარეობდა “ინფორმაციული ბლოკადაც”. მას ხშირად “ნახევრად სიმართლით” ანაცვლებდნენ.

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

✓ კვლევისას განხილული აფხაზეთის ომის ეპიზოდი გვაძლევს საშუალებას დავასკვნათ, რომ საქართველოს ხელისუფლება არათუ მასშტაბურ საინფორმაციო ომს არ აწარმოებდა, ომის მოტივაციაში საკუთარი მოსახლეობის დარწმუნებასაც კი არ ცდილობდა. რა თქმა უნდა, ქართული მასმედია აშუქებდა ომის მიმდინარეობას. ეთერით გადაიცემოდა სხადასხვა მოღვაწისა თუ პოლიტიკოსის პატრიოტული გამოსვლები. პრესაში იბეჭდებოდა ვრცელი იტორიული ექსკურსები იმის დასადასტურებლად, რომ აფხაზეთი საქართველოა, თუმცა ეს ყოველივე ერთიან მედიასტრატეგიაში არ იყო მოყვანილი. პატრიოტული და არა სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი განცხადებები, დისკუსიები თუ გამოსვლები სტიქიურად ვრცელდებოდა. არ არსებობდა ერთი მიზანი და ერთი მიმართულება.

✓ გაანალიზებული მასალიდან გამომდინარე იკვეთება, რომ საქართველოს მეორე პრეზიდენტის ედუარდ შევარდნაძის პროპაგანდისტული მიზანი არა სახელმწიფოს, არამედ საკუთარი ძალაუფლების გამყარება იყო. აქვე აღსანიშნავია, რომ ე. შევარდნაძის კულტის ჩამოყალიბებაზე არა მხოლოდ სამაუწყებლო მედია,

არამედ კინოპროდუქციაც ჩაერთო (მაგ. რეჟ. ნ. კირთაძის ფილმი), რამაც პრეზიდენტი მოსახლეობისთვის უაღტერნატივო გახადა.

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

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

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გამსახურდია ზ., მიმართვა გაზ. “ქართული აზრი” თბილისი, 19, აპრილი 1992წ.
2. გამსახურდია ზ., 2 სექტემბრის ტელე მიმართვა, სსმ-ს არქივი, 1991წ.
3. გამცემლიძე დ., “ედუარდ შევარდნაძე-ძალაუფლების ვნება და ტექნოლოგია”, უურნალი. experti.ge;
4. ზურიაშვილი ნ., ტერვიუ “ცხელი შოკოლადი” 1, მაისი, 2008წ.
5. კანკია ნ., “მხატვრული კინემატოგრაფი სატელევიზიო პროგრამის სტრუქტურაში და მისი ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები” თბ. 2011წ.
6. კირთაძე ნ., ინტერვიუ “ნინო კირთაძის სასწაული” <http://www.ambebi.ge/kulturashoubiznesis/36936-nino-kirthadzis-sastsauli.html?add=1#ixzz3H3jyqKf> 2009წ.
7. კუტუბიძე ლ., “2000-2005 წლების ქართული პრესის ძირითადი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ასპექტები”, თბ. 2009წ.

8. კიწმარიშვილი ე., მემუარების ნაწილი <http://news.ge/ge/news/story/97635-kitsmarishvilis-memuarebi-rogor-inatsilebdnen-qveynis-yvelaze-maghal-tanamdebobebs-vardebis-revolutsiis-liderebi>
9. ჟვანია ზ., ინტერვიუ "ჯორჯიან თაიმსისთან" 1994 წ.
<http://www.opentext.org.ge/index.php/index.php?m=28&y=2002&art=10359>
10. რხეულიშვილი ვ., ინტერვიუ, გაზეთი „რეზონანსი“ 25, ნოემბერი, 2003წ.
11. სახელმწიფო საბჭოს სხდომის სტენოგრამა 11 აგვისტო 1992
12. შევარდნაძე ე., “ფიქრი წარსულსა და მომავალზე”. მემუარები, თბილისი 2006წ
13. შევარდნაძე ე. მიმართვა სოხუმიდან გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“ 207(735), 1993წ.
14. შევარდნაძე ე. ინტერვიუ, გაზ. საქართველოს რესპუბლიკა, 4 (807), 1994წ.
15. შევარდნაძე ე. “დსთ“-ში შესვლის თაობაზე, კენჭისყრის წინ, საქართველოს პარლამენტში გამომსვლელთა სტენოგრაფიული ჩანაწერები. 1994წ.
<http://droni.ge/?m=3&AID=5413>
16. შველიძე დ., პოლიტიკური დაპირისპირებები და ეროვნული ხელისუფლების დამხობა საქართველოში (1987-1992წ.წ.). თბილისი 2008წ.
17. ჩარკვიანი ხ., “**PR**-ის როლი პოსტ-საბჭოთა საქართველოს დემოკრატიული ინსტიტუტების ჩამოყალიბებაში”. თბ. 2011წ.
18. ჭელია ბ., “მასმედიის როლი ტრანსფორმირებად პოლიტიკურ სისტემაში”, თბ. 2009წ.
19. Гарифуллин Рамиль, “Психология политического блефа” (1.10.5. Полуправда)
<http://psyfactor.org/lib/politbluff-0.htm>
20. Кара-Мурза. “Манипуляция сознанием”. – “Орианы”. Киев, 2000.
21. Почепцов Г.Г. “Коммуникативные технологии двадцатого века”, 2002.
22. Почепцов Г.Г. “Психологические Войны” 2000.
23. Рубинштейн Сергей “Основы общей психологии”. Глава VIII. “Теория памяти”, 2000.
24. Сороченко Виктор “Энциклопедия методов пропаганды”
25. Adolf Hitler: “Mein Kampf”, 1934y.
26. David L. Altheide - “Creating Fear: News and the Construction of Crisis”, 2002y.
27. David L. Altheide - “Terrorism and the Politics of Fear,” 2006y.
28. Dolf Zillmann “Connections between sexuality and aggression,” Second Edition 1998y.
29. Erich Goode “Drugs in American Society”. 1999y.

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

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

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

Resume

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

The case we research is the propaganda, which is the most powerful lever of the manipulation. It is the most important case for the past years in Georgia. That's why we took the case for research. Television and Cinema, as the denominator weapon of mass manipulation (From the restoring of the independence of the state, until the "Rose Revolution)". In the most cases TV and Cinema are not just the lever for direction, they mostly are the creators of ideology. In the world there is used six main direction of "political communication". Without TV and Cinema it is impossible to establish "polit. communication" in the modern world. Destroying Soviet State and its ideological machine caused the inevitability of changing the structure of public opinion, thoughts. In those complicated processes, Georgian TV and Cinema were determinant. By the years there is worked out several methods of sociological influence over the population. All of them were used in Georgia during the end of XX century and after.

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

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

✓ The main aim of the first president of Georgia was, to get rid people of the soviet mentality. For the President ZviadGamsakhurdia wasn't enough just to declare independence of the state. The leader of the national-liberation movement was expecting danger from foreign as well as from internal enemies. Against the "Red Intelligence" (that is the term how z. Gamsakhurdia named the most part of popular and high authority Georgian celebrities,

among them were also journalists who were working on state TV broadcaster), the head of supreme council and after the first president of Georgia, decided to put in motion propaganda machine – Television.

✓ The very first sum of the leader of “Round Table Independent Georgia” was absolute control over the propaganda lever. For Zviad Gamsakhurdia, was known the mode of the journalists and all the stuff working on the state TV broadcaster. He estimated their view as anti-governmental, anti-national; that’s why by the decision of the president, the head of the state TV-Radio department became his devoted ally Teimuraz Kvantaliani, who wasn’t known for the stuff of the broadcaster. This decision of Z. Gamsakhurdia became the reason of the first crack among the Georgian journalists and it makes deeper the confrontation between journalists and new government.

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

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

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

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

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

During the Second World War, for breaking through Nazis rectilinear propaganda, “west” decided to act by “Circuitous Way”. Firstly method was used by broadcasting company “BBC”. After the Second World War, methods of “Circuitous Way” refined, got more perfect. The analytical group of the Central Intelligence Agency, (CIA) of the USA, created the document with the name: “Psychological War against USSR”. In this document there are several themes which are recommended to use during the “Cold War” by the help of the cinematography and TV production (meaning educational TV films).

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

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

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

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

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

According on analyzing international media campaigns, as well es on the processes courses in Georgia, we can't consider the subject (mass media agenda-setting influence on the public), just by one formula. We think that the degree of the influence of mass media agenda setting, (and on the contrary) depends on several important factors: 1 - What kind of State board is in the country; 2 – what type of society we are discussing about is it closed or open society; 3 – If there is martial law in the country; 4 – How politicize is society; 5 – What kind of social environment is in the country; 6 – What is the degree of the influence of the religion among the public.

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

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

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