

პოლიტიკური კომუნიკაცია:  
პოპულიზმი, მანიპულირება,  
სპინდოქტორი

მალხაზ მაცაბერიძე  
სალექციო კურსი: პოლიტიკური  
კომუნიკაცია  
თემა IX



თბილისი  
2014

## შინაარსი

რა არის პოპულიზმი .....	3
დარენ ჯ. ლილეკერი. პოპულიზმი .....	4
პოპულიზმის ძირითადი ნიშნები .....	6
პოლიტიკური მანიპულირება .....	9
1. პოლიტიკური მანიპულირების არსი .....	9
2. პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიები .....	11
3. პოლიტიკური მანიპულირების მეთოდები ტელევიზიაში .....	14
4. პოლიტიკური მანიპულირების შეზღუდვის გზები .....	20
სპინდოქტორი .....	22
სპინდოქტორის საქმიანობის არსი .....	22
სპინდოქტორი და ჟურნალისტი .....	23
სპინდოქტორი - ახალი ამბების მენეჯერი .....	25
სპინდოქტორის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები .....	27
ქრესტომათია .....	29
ენდრიუ ვილსონი. რატომ ცოცხლობს და ყვავის „პოლიტიკური ტექნოლოგიები“ პოსტსაბჭოთა სივრცეში? ..	29

## რა არის პოპულიზმი

პოპულიზმი ლათინური სიტყვაა (populus) და ქართულად "ხალხს" ნიშნავს. მის საფუძველზე ევროპულ ენებში მრავალი სიტყვა წარმოიშვა, მათ შორის "პოპულარული", მაგრამ ამ სიტყვისაგან უნდა განვასხვავოთ პოპულიზმის ცნება, რომელიც ხელისუფლებისათვის ბრძოლის ინსტრუმენტია.

პოპულიზმის ქვეშ იგულისხმება პოლიტიკური მიზნების მისაღწევად არა ჭეშმარიტი, არამედ კონკრეტულ სიტუაციაში პოპულარული საშუალებების გამოყენება. პოპულიზმი არსებითად არის ადამიანთა ჯგუფების, ცალკეული ლიდერების მიერ ადამიანთა განწყობის გამოყენება თავის ინტერესების შესაბამისად. ეს განწყობა ჩამოყალიბებულია ამა თუ იმ გარემოებათა ზეგავლენით. თუ მაგალითად, ხელისუფალნი მუდმივად ლაპარაკობენ ეკონომიკის განვითარებასა და ცხოვრების დონის ამაღლებაზე, მაგრამ არ ქმნიან ქმედით სტიმულებს მეწარმეობის განვითარებისათვის; თუკი პრიორიტეტად აცხადებენ ადამიანის უფლებებს, მაგრამ არ უზრუნველყოფენ მათ \_ ასეთ პოლიტიკას პოპულიზმი ეწოდება.

პოლიტიკურ მეცნიერებაში გამოიყოფა პოპულისტური რეჟიმებიც, რომლებიც მასებს რეალურ შესაძლებლობებს არ აძლევენ ზეგავლენა მოახდინონ პოლიტიკურ პროცესებზე. ასეთი რეჟიმების დროს ადამიანებს მხოლოდ "მასის" როლი განეკუთვნებათ, რომელიც ერთსულოვნად იწონებს და მხარს უჭერს მთავრობის მოქმედებას. მთავრობა კი, თითქოსდა ერთადერთ მიზანს ისახავს \_ ხალხის კეთილდღეობას. ამ ილუზიის შესანარჩუნებლად პოპულისტური რეჟიმები მიმართავენ სოციალურ დემაგოგიას, რომლის აღსანიშნავადაც თანამედროვე პოლიტიკურ ლექსიკონში გამოიყენება სიტყვა "პოპულიზმი". სინამდვილეში კი პოპულისტური რეჟიმები უფრო ხშირად ითვალისწინებენ ეკონომიკურად პრივილეგირებული ფენების ინტერესებს, ხოლო მათ რეალურ დასაყრდენს კი ბიუროკრატია წარმოადგენს

## დარენ ჯ. ლილეკერი. პოპულიზმი

თეორიულად, პოპულიზმი \_ ისაა, რაც პოპულარულია ან შეესაბამება უმრავლესობის აზრს. მაგრამ, როგორც წესი, სიტყვა "პოპულიზმს" იყენებენ ნაციონალისტური განწყობის მხარდასაჭერი მოწოდებების ან უმრავლესობის განწყობის მხარდასაჭერად გაკეთებულ მოწოდებებს.

### წარმოშობა და ურთიერთკავშირი სხვა კონცეპტებთან

პოპულიზმს ხანგრძლივი ისტორია აქვს, მაგრამ ამ მოვლენის კვლევა პირველად დაიწყო 1930-იან წლებში გერმანიაში, იტალიასა და დიდ ბრიტანეთში ფაშიზმის აღმავლობის შემდეგ. არსებითად, ისეთი მოვლენა, როგორცაა პოპულიზმი, ჯერ კიდევ უკავშირდება "მემარჯვენე", ნაციონალისტურ იდეალებს. გარკვეული დროის შემდეგ პოპულიზმში ბრალი დასდეს პარტიებს, რომლებიც პოლიტიკური პრიორიტეტების განსაზღვრისას, ძალზედ დიდ ყურადღებას აქცევდნენ საზოგადოებრივ აზრს და მიმართავდნენ პოლიტიკურ მარკეტინგს. თუმცა ამგვარი კრიტიკა მცდარია. პარტიებმა შეიძლება გასცენ ფართო მასებს შორის პოპულარული დაპირებები, რომელთაც საფუძვლად უდევთ, როგორც წესი, უფრო მეტი, ვიდრე საზოგადოებრივი აზრია. სწორედ ამიტომ პოლიტიკურ დღის წესრიგში ექცევა სოციალური უზრუნველყოფის, ეკონომიკის ან უმუშევრობის პრობლემები.

პოპულიზმის პოლიტიკას შეუძლია მხოლოდ მოკლევადიანი შედეგები როგორც სოციალურ სფეროში, ასევე არჩევნებში, ხოლო მისმა გამოყენებამ ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში შეიძლება ზიანი მოიტანოს. პოპულისტური კომუნიკაცია თავის თავში ატარებს პროპაგანდისა და რიტორიკის ელემენტებს და შეიძლება საფუძველი გახდეს ემოციონალიზაციის გაძლიერებისა და აუთენტურობის გამტკიცებისათვის.

### ძირითადი მახასიათებლები

პოპულისტური მოწოდებები, როგორც წესი, იქმნება ერთი და იგივე სქემით:

- მოწოდებებში ყურადღება თავმოყრილია ისეთ ცნებებზე, როგორცაა სახელმწიფო და ეროვნული იდენტობა;
- გაერთიანების სტიმულის სახით გამოიყენება ის საფრთხეები, რაც შეიძლება სახელმწიფოს დაემუქროს;

- დაპირებები ატარებს ექსტრემალურ, რადიკალურ ხასიათს, მაგრამ ისინი არ სრულდება;
- პოპულიზმი მნიშვნელოვანწილად ემყარება სიმბოლიზმს, სურათებს და პოლიტიკურ მოღვაწეებს მითიური წარსულიდან, ასევე გარკვეული სახეების ერთობლიობას, რომლებიც ხელს უწყობენ გაერთიანებას.

პოპულისტური პარტიები და კანდიდატები ჩვეულებრივ არჩევნებში არ იღებენ სერიოზულ მხარდაჭერას, მაგრამ ისინი სერიოზულ საფრთხედ შეიძლება იქნენ იმ შემთხვევაში, თუკი ძირითადი პარტიები ძალიან დაემსგავსნენ ერთმანეთს და ძნელია მათი დიფერენცირება, თუკი ეს პარტიები არასაკმარისად მიმზიდველია ხალხისათვის, ანდა თუკი ადამიანები მათ არ ენდობიან.

კანდიდატებს, რომლებიც პოპულიზმის პროპაგანდას ეწევიან, შეიძლება მივაკუთვნოთ ჰოლანდიელი პოლიტიკოსი პიმ ფორტეინი და დანიური სახალხო პარტიის ლიდერი კარლ კაგანი, თითოეული წარმოადგენდა საფრთხეს უკვე ჩამოყალიბებულ პარტიებისათვის და შეემძლოთ გამოეტანათ პოლიტიკურ დღის წესრიგში ისეთი პრობლემები, როგორცაა იმიგრაცია, მაგრამ ორივენი გადააყენეს თავიანთი თანამდებობებიდან. მაგრამ ნეოფაშისტური პარტიის ლიდერმა იორგ ჰაიდერმა მაინც შეძლო ხელისუფლებაში მოსვლა ავსტრიაში. როგორც ამტკიცებდნენ ლედერერი და სხვა მეცნიერები, ის ფაქტი, რომ მმართველ პარტიას არ გააჩნდა მკაფიო და პრაქტიკული პოლიტიკური პროგრამა, გარდა რეპატრიაციის პროგრამისა, ან სამშობლოში არაავსტრიელების დაბრუნებისა, მეტყველებდა იმაზე, რომ პარტიას უბრალოდ უნარი არ ქონდა ქვეყნის მართვისა. იმ ჰარიზმის გამო, რაც ჰაიდერს ქონდა, მის პარტიას მოკლე დროით გაუჩნდა სახალხო მხარდაჭერა, მაგრამ იმის გამო, რომ მოქმედება არ შეემძლო, იძულებული გახდა გადამდგარიყო და მისმა პარტიამ კრაზი განიცადა.

### **სამეცნიერო და პრაქტიკული დებატები**

დღეს არსებულ საკუთხებს შორის მთავარია შემდეგი: არის თუ არა პოპულიზმი რაღაც არანორმალური რამ, რაღაც ანომალია, მარგინალური პარტიებისა და ორგანიზაციების ხვედრი, რომელთაც აქვთ ხელისუფლების მოპოვების შანსი მხოლოდ საგანგებო შემთხვევებში? მთლიანობაში

არცთუ ბევრი პარტია ემყარება მხოლოდ პოპულისტურ მოწოდებებს, უფრო ხშირად ეს მოწოდებები "მოხერხებულადაა ჩაწული" პოლიტიკურ პროგრამაში.

როდესაც აღმოსავლეთ ევროპაში იმიგრაცია პრობლემად გადაიქცა, იმ პარტიებს, რომლებიც მხარს უჭერდნენ იმიგრაციის საწინააღმდეგო პოლიტიკას, მეტი წარმატება ქონდათ არჩევნებში იმათთან შედარებით, რომლებიც გაუბოძდნენ ამ საკითხს თავიანთ პროგრამაში ანდა ლიბერალური პოზიცია ეკავათ. იგივე შეიძლება ითქვას დანიაში, ნორვეგიაში და დიდ ბრიტანეთში მიმდინარე დებატებზე ევროკავშირთან დაკავშირებით. მათში დომინირებენ პოპულისტური მოწოდებები სუვერენიტეტის, სახელმწიფოებრიობის და ნაციონალური პარტიკულარიზმის შესახებ. მაგრამ ძირითადი პრობლემა, რომლის წყაროსაც პოპულიზმი წარმოადგენს, ისაა, რომ დებატებს აფერხებს. პოპულისტური მოწოდებები უმეტეს შემთხვევაში მიმართულია ქვეცნობიერ ემოციებისაკენ და არა ორიენტირებული ლოგიკასა და ობიექტურობაზე.

ამიტომ მეცნიერები მიიჩნევენ, რომ მართალია პოპულიზმს გარკვეულ პირობებში შეუძლია წარმატების მოტანა, სწორედ ისაა პოლიტიკური დებატების გაუარესებისა და გამარტივების მიზეზი. პოპულიზმი, როგორც კომუნიკაციის განხორციელების ხერხი, არათავსებადია თანამედროვე დემოკრატიათთან, მიუხედავად იმისა, რომ ის პარტიების უმრავლესობის პოლიტიკური კომუნიკაციის დამახასიათებელი თავისებურებაა.

## პოპულიზმის ძირითადი ნიშნები

როგორია პოპულიზმის ძირითადი ნიშნები?

**1. პოპულიზმი როგორც პოლიტიკური მოვლენა წარმოიშობა ქვეყნებში, სადაც უკვე არის გარკვეული დემოკრატიული ინსტიტუტები, მექანიზმები და ნორმები:** საყოველთაო საარჩევნო უფლება, სიტყვის თავისუფლება და ა.შ. \_ ანუ სადაც მასები ამომრჩევლების სახით გამოდიან პოლიტიკური პროცესის მონაწილეებად. მხოლოდ აღნიშნული პირობების არსებობისას აპელირება მოსახლეობის განწყობაზე, მასობრივი ცნობიერების შესაბამისად მოქმედება შეიძლება გახდეს ხელისუფლების მოპოვების ხერხი. ტოტალიტარულ სახელმწიფოში პოპულიზმის "ველი"

მინიმუმამდეა შემცირებული. საარჩევნო დემოკრატიის განვითარებას კი, როგორც წესი, პოპულიზმის გავრცელება მოსდევს. პოპულისტურ ლოზუნგებსა და დაპირებებს ხშირად მიმართავენ პარტიები და ცალკეული კანდიდატები.

**2. პოპულიზმი ისტორიულ არენაზე ჩნდება დემოკრატიულ ინსტიტუტებთან და ნორმებთან ერთად, მაგრამ ამავე დროს პოპულიზმი ვრცელდება საზოგადოების დაბალი პოლიტიკური და სამართლებრივი კულტურის პირობებში, იმ პირობებში როდესაც ჯერ განმტკიცებული არაა ხალხის ხელისუფლების სტრუქტურები. ხალხის უუნარობა განასხვავოს დემაგოგია რეალისტური წინადადებებისგან, როდესაც სამყაროს შავ-თეთრად ხედავ, მზადა ხარ მორიგი კერპის გაღმერთებისა და კონკურენტების შექმნისათვის.**

დაბალი პოლიტიკური კულტურის ყველა ეს სიმპტომი აქტიურად გამოიყენება პოპულისტი ლიდერების მიერ საზოგადოებრივი მხარდაჭერის მობილიზაციისთვის.

**3. პოპულიზმი განსაკუთრებით ძლიერდება კრიზისების დროს, საზოგადოების განვითარების გარდამტეხ მომენტებში, როდესაც ადამიანების უმრავლესობა კარგავს ხვალისდელი დღის რწმენას. გარდა ამისა, საარჩევნო კამპანიის პერიოდებში და სხვა პოლიტიკური ღონისძიებების გატარების დროს აქტიურდებიან პოპულისტებიც. ეს მათთვის ყველაზე ხელსაყრელი დროა, რადგანაც ფასეულობების გადაფასებისა და პოლიტიკური ბრძოლის გამწვავების დროს ხალხი ყველაზე მეტადაა დეზორიენტირებული და დაპირებების სჯერა.**

**4. პოპულიზმი ხშირად ემსახურება პოლიტიკურ რადიკალიზმს.** პოპულიზმის მოქმედების პრინციპი მარტივია – თუკი არსებობს მიზანი, უნდა არსებობდეს მათი მიღწევის საშუალებებიც. პოპულიზმი რეალურ დისტანციას მიზნებსა და საშუალებებს შორის ცვლის გამარტივებული, დეკლარაციული, დემაგოგიური. შეიძლება გამოიყოს შემდეგი კანონზომიერება: რაც უფრო რადიკალურია პოლიტიკოსი, მით უფრო მეტად იყენებს პოპულისტურ მეთოდებს.

**5. პოპულიზმი – ეს ნამდვილად არსებული პრობლემის გვერდის ავლაა.** ამ სახით პოპულიზმი სპეციფიური იმიტაციაა, გავს სოციალურ-პოლიტიკურ ნარკოტიკს, რომელიც მასებს რეალობას აცილებს, შეუსრულებელ მოლოდიებსა და სასწაულების რწმენას უნერგავს. ამიტომ პოპუ-

ლიზში მჭიდროდ უკავშირდება მასების იმედგაცრუებასაც. პოპულიზმი იმედგაცრუების ნიადაგზე წარმოიშობა და იმედგაცრუებით მთავრდება.

**6. პოპულიზმი ორიენტირებულია ძირითადად ყოველდღიურ ცნობიერებაზე, რადგანაც მის მეთოდებში ჭარბობს ირაციონალიზმი, ზედაპირულობა სოციალური წინააღმდეგობების ახსნის დროს, პოპულისტები როგორც წესი, იძლევიან უნივერსალურ, მიმზიდველ და უბრალო საშუალებებს პრაქტიკულად ყველა ამოცანის გადასაწყვეტად.**

პოპულიზმი სწრაფად ვრცელდება გაურკვეველობის, მოქალაქეთა უცოდინარობის და ინფორმაციის ნაკლებობის პირობებში.

**7. პოპულიზმი დემაგოგიის სახესხვაობაა.** დემაგოგიის ტიპური საშუალებები – ცრუ ფიცი ხალხის ერთგულებაზე, უპასუხისმგებლო პროგრამის წამოყენება და იმავდროულად ცილისწამება მათზე, ვინც სინამდვილეში ხალხის ინტერესებს იცავს – სრულად გამოიყენება პოპულიზმის დროსაც. მაგრამ პოპულიზმი მხოლოდ დემაგოგიის შემადგენელი ნაწილია. დემაგოგია უფრო ფართოა: პოლიტიკაშიც, მეცნიერებაშიც, ხელოვნებაშიც, ყოფაშიც. პოპულიზმი კი ძირითადად პოლიტიკას უკავშირდება, დემაგოგიის გამოვლენის თავისებური ფორმაა. ესაა პოპულარობის შექმნა სოციალური დემაგოგიის მეშვეობით, მასების მიმხრობა დემაგოგიური ხერხებით და მეთოდებით, წინასასარჩევნო ტრიუკებით.

**8. პოპულიზმი განსხვავებით პოპულარობისაგან ზნეობის თვალსაზრისით უარყოფითად ფასდება.** პოპულიზმი კი არ აახლოებს, არამედ გვაშორებს ხალხის ხელისუფლებას.

პოპულიზმი – ნეგატიური პოლიტიკური საშუალებაა, დაკავშირებული ხალხის მხარდაჭერის მოტყუებით მოპოვებასთან. პოპულიზმის უზნეობა იმაში მდგომარეობს, რომ ის უნდობლობას თესავს ადამიანებს შორის. ადამიანთა გაერთიანება კი მხოლოდ ერთმანეთისადმი ნდობის საფუძველზე შეიძლება.

ამავე დროს არ უნდა დავივიწყოთ ის ფაქტი, რომ პოპულისტურ ლოზუნგებს აყენებდნენ ის პოლიტიკური მოღვაწეები, რომლებიც გულწრფელად იყვნენ დაინტერესებულნი ხალხის ცხოვრების დონის გაუმჯობესებით (მაგალითად, ფრანკლინ რუზველტი). ამ შემთხვევაში პოპულიზმი შეიძლება განვიხილოთ "წმინდა" ტყუილის ანალოგიურად, რომელიც გარკვეულ პირობებში პოზიტიურ როლსაც ასრულებს.

**9. არჩევნები – კონკრეტული პოლიტიკოსის ამომრჩევლებისათვის "მიყიდვა"** – ამდენად პოპულიზმი გამოდის სპეციფიური, არაკეთილ-სინდისიერი პოლიტიკური რეკლამის სახით, რომელიც ალამაზებს კანდიდატის რეალურ შესაძლებლობებს.

ისევე როგორც ნებისმიერი სხვა რეკლამა დიდ ბიზნესში (პოლიტიკა ხშირად სწორედ ასეა აგებული) პოპულიზმი არ ითვლის ფულს, ყველა მიმართულებით არიგებს დაპირებებს, შედავათებს, ჯილდოებს და ა.შ. ამასთან თავად დაპირებები არაფერ ცუდს არ შეიცავს. ასეთ ხერხებს იყენებენ პრაქტიკულად ყველა პოლიტიკური ძალა და პოლიტიკოსი, მით უმეტეს ხელისუფლების სათავეში მყოფი. ყველა დაპირება როდი გამოდის პოპულიზმის სახით. მთავარი ისაა, თუ რამდენად შესრულდება წინასაარჩევნო დაპირებები, რამდენად გულწრფელი იყო კონკრეტული ლიდერი თავის წინასაარჩევნო დაპირებებში. ე.ი. დაპირებები პოპულიზმად არ უნდა გადაიქცეს.

პოპულისტური მეთოდებით პოლიტიკოსი ხშირად ცდილობს თავი მოაწონოს ამომრჩეველს, ექსპლუატაციას უწევს ნამდვილ და ცრუ მოლოდინებს. ექსპლუატაციას. პოპულიზმი დემოკრატიის ჩამოყალიბების პირობებში პოლიტიკის ერთ-ერთი თანმდევი კანონზომიერების გამოვლენის ფორმაა, ის გამოიხატება იმაში, რომ არჩევნების წინ შეპირდე რაც შეიძლება ბევრს, ხოლო შემდეგ შეასრულო ის, რაც ხელსაყრელია.

## **პოლიტიკური მანიპულირება**

### **1. პოლიტიკური მანიპულირების არსი**

მანიპულაცია ადამიანის ქცევის მართვის ტექნოლოგიაა. ესაა ადამიანების აზრისა და მისწრაფებების, მათი განწყობისა და ფსიქიკური მდგომარეობის ფარული მართვა იმ მიზნით, რომ უზრუნველყოს მანიპულაციის საშუალებების მფლობელისათვის სასურველი ქცევა.

მანიპულირების ობიექტი თვლის, რომ ის მოქმედებს თავისუფალი არჩევანი საფუძველზე, სინამდვილეში კი მას მართავენ, ხდება მისი ცნობიერებით მანიპულირება. მანიპულირების შედეგად ხალხის ცნობიერებაში ინერგება ილუზიური წარმოდგენები პოლიტიკურ ცხოვრებაზე. მანიპულაციური ტექნოლოგიებისთვის დამახასიათებელია უარის თქმა გაშლილ არგუმენტაციაზე და მისი შეცვლა ფსიქოლოგიური შთაგონებით, ადამიანებში სხვადასხვა ემოციების (შიშის, შეშფოთების, იძულების) გამოწვევით.

პოლიტიკური მანიპულაციები ხელისუფლების განხორციელების ერთ-ერთ უძველეს საშუალებას წარმოადგენს. გარკვეული აზრით პოლიტიკა \_ ეს ადამიანებით მანიპულირების ხელოვნებაა. ყოველ შემთხვევაში, ასე მიაჩნიათ მაკიაველისტებს. პოლიტიკური მანიპულაცია ხდება გარკვეული პოლიტიკური მიზნების მისაღწევად და მისი შედეგები ეხება ან მთელ საზოგადოებას, ან მის რაიმე ნაწილს.

აქ არ შევუდგებით მანიპულაციის მრავალფეროვანი განსაზღვრებების განხილვას. მანიპულაციის არსის საჩვენებლად კი შეიძლება მივუთითოთ მის ძირითად ნიშნებზე:

1. მანიპულირება არის სულიერი, ფსიქოლოგიური ზემოქმედება და იგი გამორიცხავს ფიზიკურ ძალდატანებას ან ძალადობის მუქარას. მანიპულატორის ზემოქმედების სამიზნეს წარმოადგენს ადამიანის სული, ფსიქოლოგიური სტრუქტურები;

2. მანიპულაცია ესაა ფარული ზემოქმედება, რომელიც არ უნდა შეამჩნიოს მანიპულაციის ობიექტმა;

3. მანიპულაცია ესაა ზემოქმედება, რომელიც მნიშვნელოვან ოსტატობასა და ცოდნას მოითხოვს.

მანიპულირება როგორც სოციალური მართვის ფორმა მოითხოვს დიდ მოქნილობას პოლიტიკაში, მაგრამ ამავე დროს მანიპულირებას გარკვეული უპირატესობა გააჩნია ბატონობის ძალისმიერ და ეკონომიკურ მეთოდებთან შედარებით. მანიპულირება ხორციელდება მართულეზისათვის შეუმჩნეველად, არაა დაკავშირებული ფიზიკურ მსხვერპლთან და არ მოითხოვს დიდ მატერიალურ დანახარჯებს, რაც აუცილებელია პოლიტიკური მოწინააღმდეგეების მოსასყიდად ან დასამომინებლად. მანიპულაციის ძირითად ინსტრუმენტებს წარმოადგენს სიტყვები და ციფრები, რაც გამოიყენება სხვადასხვა კომენტარებში, ანალიტიკურ მი-

მოხილვებში, სოციოლოგიურ გამოკითხვებსა და რეიტინგებში (6). ადამიანებს განსაკუთრებით სუსტი დაცვითი მექანიზმები აქვთ ახალი პრობლემატიკის თაობაზე მანიპულირების საწინააღმდეგოდ, რომლის თაობაზეც თავისი აზრი ჯერ არ ჩამოუყალიბებია.

ტოტალიტარულ და ავტორიტარულ სახელმწიფოებში მანიპულირება მასმედიის მოღვაწეობის დომინირებულ საშუალებას წარმოადგენს. მაგრამ მანიპულირებას მიმართავენ თანამედროვე დასავლური დემოკრატიებიც, განსაკუთრებით პარტიულ პროპაგანდასა და საარჩევნო კამპანიების დროს. დღეს არცერთი საარჩევნო კამპანია არ ტარდება მანიპულირებისა და რეკლამის ხერხების გამოყენების გარეშე, რაც მაყურებელს რეალობისგან დაშორებულ წარმოდგენებს უქმნის კანდიდატის შესახებ.

პოლიტიკური მანიპულაციების განხორციელების ტექნოლოგია გულისხმობს ზემოქმედების სამ დონეს - პიროვნებათშორისს, ჯგუფურს და მასობრივს. მასობრივ აუდიტორიაზე ზემოქმედება, როგორც წესი, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით და პირველ რიგში ელექტრონული მედიით ხორციელდება. მასობრივ აუდიტორიაზე მიზანმიმართული ზემოქმედებისათვის კონკრეტული შედეგის მიღების მიზნით გამოიყენება სხვადასხვა კომუნიკატიური ტექნოლოგიები. მათ შორის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ტელევიზიას ენიჭება. ტელევიზიას ახასიათებს რიგი ნიშნები, რომელთა საშუალებითაც ის პრესასა და რადიოსთან შედარებით გაცილებით უფრო ეფექტურია ადამიანების ცნობიერებასა და ქვეცნობიერებაზე ზეგავლენის თვალსაზრისით (8). რაიმე მოვლენასთან "თანამონაწილეობის" ილუზია, რასაც ტელევიზია უზრუნველყოფს, მაყურებელთა ცნობიერების ეფექტიანი მანიპულირების შესაძლებლობას იძლევა.

## 2. პოლიტიკური მანიპულირების ტექნოლოგიები

თანამედროვე მსოფლიოში პოლიტიკური მანიპულირების თეორია და პრაქტიკა კარგადაა მეცნიერულად შესწავლილი და ფართოდ გამოიყენება პოლიტიკაში. გლობალური, საერთოსახელმწიფოებრივი მანიპულირების ზოგადი ტექნოლოგია ჩვეულებრივ ემყარება მასობრივ ცნობიერებაში სოციალურ-პოლიტიკური მითების სისტემატიურ ჩანერგვას. ეს-

აა ილუზიური იდეები, რომლებიც ამკვიდრებენ გარკვეულ ფასეულობებსა და ნორმებს, მათ აღიქვამენ და ჭეშმარიტებად მიიჩნევენ რაციონალური, კრიტიკული გააზრების გარეშე.

მასობრივი ცნობიერება ვერ შეიგრძნობს მითს მითის სახით. ის უბრალოდ გამოიყენება რეალური მოვლენების ინტერპრეტაციისათვის. ნებისმიერი პოლიტიკური მოძრაობა (და არა მხოლოდ ხელისუფლება) წარმოშობს მითების მთელ სერიას, რომელიც მოწოდებულია გაამართლოს მისი არსებობა.

**"პოლიტიკური მითების" შექმნის მეთოდი.** ჯერ კიდევ XX ს. 20-იან წლებში ჩამოაყალიბა პროპაგანდის ამერიკელმა თეორეტიკოსმა გ.ლასუელმა. ეს მეთოდი ემყარება ლოზუნგების, კატეგორიების, ცნებების, შეფასებების გეგმაზომიერ გამეორებას, რომლებიც გარკვეული პრობლემის გარშემო ქმნიან სტანდარტულ "პოლიტიკურ ფორმულებს" ("კომუნისტური საფრთხე", "ბურჟუაზიული მორალი" და ა.შ.). ესაა თავისებური უნიფიცირებული სიგნალები, რომლებიც გათვლილია აუდიტორიის სტანდარტიზებულ რეაქციაზე.

მასობრივ საინფორმაციო პროცესებში ყველაზე უნივერსალურ მანიპულაციურ ტექნოლოგიას წარმოადგენს სახეების ("იმიჯების") ფორმირება და გავრცელება.

სოციალური მითების დასამკვიდრებლად გამოიყენება ადამიანთა ცნობიერებაზე ზემოქმედების კონკრეტული ტექნოლოგიების ფართო არსენალი, რაც რამდენიმე ჯგუფად შეიძლება გაიყოს.

- **ადამიანებში ხელსაყრელი განწყობის შექმნა.** თემებისა და პრობლემების სპეციალური შერჩევით ადამიანებს ექმნებათ ისეთი განწყობა და მოლოდინი, რაც შერჩეულ თემაზე მოსახლეობის სასურველ რეაქციას განაპირობებს. თემის მიწოდება ხდება გარკვეულ დროს, როდესაც რეაქცია მასზე ყველაზე ხელსაყრელი იქნება;

- **საინფორმაციო ნაკადის ტრანსფორმირების ტექნოლოგიები.** აქედან ყველაზე ხშირად გამოიყენება ინფორმაციის დამახინჯება როგორც აშკარა სიცრუის ფორმით, ისე ნახევარსიმართლის გადმოცემის მეშვეობით, როდესაც აუდიტორიის ნდობის მოსაპოვებლად ობიექტურად და დაწვრილებით შუქდება კონკრეტული, ნაკლებმნიშვნელოვანი დეტალები და დუმილით უვლიან გვერდს უფრო მნიშვნელოვან ფაქტებს, ანდა მოცემულია მოვლენების არასწორი ინტერპრეტაცია.

ანალოგიურ შედეგს იძლევა ისეთი ცნებების გამოყენება, რომლებიც თითქოსდა სიმართლეს ასახავენ, მაგრამ სინამდვილეში ამახინჯებენ ობიექტურ სურათს; არსებობს ლინგვისტური, ენობრივი მანიპულირების მრავალი ხერხი, რაც გულისხმობს ერთი და იმავე მოვლენების აღსანიშნავად ევფემიზმების გამოყენებას, აგრეთვე ისეთი სიტყვებისა, რომელთაც სხვა ფასეულობითი ელფერი გააჩნიათ. მაგ. ადამიანს, რომელიც იარაღით ხელში იბრძვის დამოუკიდებელი ეროვნული სახელმწიფოს შესაქმნელად, მას-მედია პოლიტიკური განწყობის მიხედვით უწოდებს თავისუფლებისათვის მებრძოლს, სეპარატისტს, ტერორისტს, პარტიზანს, "ბოევებს".

- **"გასაიდუმლოებული" ინფორმაციის გაჟონვა.** მოსახლეობაზე ზემოქმედების მძლავრი პოტენციალი გააჩნია საიდუმლო ან კონფიდენციალური ინფორმაციის გამომჟღავნებას. აღნიშნული სტერეოტიპის გამოყენება საფუძვლად ედება მანიპულატორულ ტექნოლოგიას: პოლიტიკური ინფორმაციის ნაწილს ჯერ "საიდუმლოს" გრიფი ედება, შემდეგ კი გამიზნულად ეწყობა მისი "გაჟონვა". ამით მოსახლეობის მას სიმართლედ და განსაკუთრებით მნიშვნელოვან ინფორმაციად მიიჩნევს.

- **საინფორმაციო ხმაურის ატეხვა.** ეს ხელს უშლის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მკაფიო და კრიტიკულ აღქმას. ის იძირება ცარიელი და უმინაარსო ტექსტების კონსტრუქციებში და სათანადოდ არ აღიქმება.

- **ქვეცნობიერი საინფორმაციო სტიმულების გამოყენება.** მანიპულაციური ტექნოლოგიების განსაკუთრებულ ჯგუფს წარმოადგენს ქვეცნობიერი საინფორმაციო სტიმულების გამოყენება. მათ მიეკუთვნება ისეთი ადამიანური გრძნობები და მოტივები, როგორცაა უსაფრთხოებისა და საკვების მოთხოვნილება, წარმატებისა და პატივისცემის მოპოვების სურვილი, მტრული განწყობა "უცხოებისადმი" და ა.შ. ამასთან მანიპულაციის სამიზნეების შერჩევა სოციალური კონტექსტის კარგ გათვლას მოითხოვს. უაზრობაა წარმატებისა და სტატუსის ამაღლების მოთხოვნილებაზე აპელირება ხდებოდეს იმ ადამიანებში, რომელთაც სინამდვილეში დაცვისა და მფარველის მოთხოვნილება აქვთ.

ყოველი საინფორმაციო ჟანრისათვის, გარდა მანიპულირების ზოგადი ხერხებისა, არსებობს სპეციალურიც. მაგალითად, ტელევიზია არასასურველი პოლიტიკოსების მიმართ უარყოფითი დამოკიდებულების ფორმირებისათვის იყენებს არამიმზიდველ რაკურსებს მათი ჩვენების

დროს, ანდა ახდენს გადაღებული კადრების მონიტორებას. მასებისათვის გარკვეული პოლიტიკური იდეების ფარული ჩანერგვისათვის აწყობენ გასართობ შოუებს და ა.შ.

ერთ-ერთი ფართოდ გავრცელებული და გარეგნულად უწყინარი მანიპულაციური ხერხი, რომელსაც "გაჩუმების სპირალი" ეწოდება, მდგომარეობს იმაში, რომ ყალბი საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის შედეგების და სხვა ფაქტებზე მითითებით დაარწმუნონ მოქალაქენი თითქოს საზოგადოების უმრავლესობა მხარს უჭერს მანიპულატორებისათვის სასურველ პოლიტიკურ პოზიციას. ეს აიძულებს სხვა თვალსაზრისის მატარებელ ადამიანებს, იმის შიშით, რომ არ აღმოჩნდნენ სოციალურ-ფსიქოლოგიურ იზოლაციაში ან რაიმე სანქციების მსხვერპლი, გაჩუმდნენ თავიანთი აზრის შესახებ ანდა შეიცვალონ აზრი. ასეთი გაჩუმების ფონზე "უმრავლესობის აზრი" სულ უფრო ხმამაღლა გაისმის და კიდევ უფრო მეტად აიძულებს მოწინააღმდეგეებს, ან მერყევენს მიიღონ "საყოველთაოდ მიღებული" აზრი, ანდა ღრმად დამალონ თავიანთი ნამდვილი რწმენა.

### 3. პოლიტიკური მანიპულირების მეთოდები ტელევიზიაში

მოკლედ განვიხილოთ პოლიტიკური მანიპულირების ის ძირითადი მეთოდები, რომელთაც არცთუ იშვიათად მიმართავენ ტელევიზიაში.

**"ფაქტების აზრისაგან ჩამოცილების" მეთოდი.** როგორც წესი, ეს მეთოდი გამოიყენება უკვე კარგად გაკვალური შაბლონით: ჯერ - ფაქტების, ანუ არაკომენტირებული ინფორმაციის ნაკადი, შემდეგ კომენტატორის აზრით ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტების, აქტუალური პრობლემების ანალიტიკური მიმოხილვა (კომენტარი).

თავისთავად, მასალის ორგანიზაციისადმი ამგვარი სტრუქტურული მიდგომა სავსებით გამართლებულია. ფაქტი-ინფორმაციების ნაკადი რეციპიენტს წარმოადგენს უქმნის "თავად რეალობის მოძიებების" შე-

სახებ და ინფორმაციის მიმღებს შესაძლებლობა აქვს თავად განსაჯოს ეს ფაქტები. ანალიზი და კომენტარი კი წარმოდგება როგორც ჟურნალისტის პირადი აზრი. თუმცა, ამ მეთოდს დიდი მანიპულატორული შესაძლებლობები გააჩნია. შეიძლება ფაქტები ტენდენციურად იყოს შერჩეული, კომენტარის ხასიათი კი სინამდვილეში განაპირობოს ტელეარხის მენეჯერის ან დამფინანსებლის ინტერესებმა.

**"ინფორმაციულ-პროპაგანდისტული ინდუქციის" მეთოდი.** ინფორმაციის ნაკადი, ცნობების განლაგება და შერჩევა აგებულია პრინციპით "კერძო სიმართლეებიდან - საერთო ტყუილამდე". ამ მეთოდის არსი კარგად აჩვენა გ.კლაუსმა. როგორც წესი, შეირჩევა წვრილი, ნაკლებმნიშვნელოვანი ფაქტები, რომლებიც ამა თუ იმ ეკონომიკურ, სოციალურ და ა.შ. პრობლემას, ტენდენციას, სიტუაციას ახასიათებენ ნეგატიურად, მაგრამ ამასთან ერთად არ ხდება ამ პრობლემის საერთო მდგომარეობის შეფასება. შედეგად აუდიტორიას მთლიანობაში ექმნება უარყოფითი განმარტებადობელი აზრი.

**"სტერეოტიპების სემანტიკური შეცვლის" მეთოდი.** ეს მეთოდი ემყარება იმის ვარაუდს, რომ მასობრივ აუდიტორიას აქვს არასრული ან არასწორი ცოდნა საკვანძო იდეოლოგიურ, პოლიტიკურ და სხვა ცნებების შესახებ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ჭეშმარიტი აზრი აქ თავდაყირა დგება. ამიტომ თუკი წარმოვიდგინებთ სიტუაციას, რომ საინფორმაციო ნაკადი ერთდროულად წარმართება სხვადასხვა სოციოკულტურული, პოლიტიკური ორიენტაციის აუდიტორიაზე, რაც ტექნიკურად სავსებით განხორციელებადია თანამედროვე ტელევიზიისა და რადიოსათვის, გარდუვალად წარმოიშობა ერთი და იმავე ცნებების სხვადასხვანაირი გაგება ("წითელი", "თავისუფალი სამყარო", "დემოკრატია" და ა.შ.).

**"ცრუ იდენტიფიკაციის" მეთოდი.** ესაა მრავალსახოვანი და, როგორც მიაჩნიათ პროპაგანდის სფეროს სპეციალისტებს, ძალზედ ეფექტური მეთოდი. ამასთან იდენტიფიკაცია არ უნდა გავიგოთ როგორც მხოლოდ პიროვნებასთან შესაძლო გაიგივება. ეს პროცესი ვრცელდება სიტუაციაზე, მოქმედებაზე, კომუნიკატორის მიერ შემოთავაზებულ იდეებზე. საზოგადოებრივ ფსიქოლოგიაში ექსპერიმენტულად დადგინდა ფაქტად ითვლება, რომ იდენტიფიკაციის პროცესი ყველაზე ეფექტურია ჯერ ერთი, მონათესავე ჯგუფური კუთვნილების ფიგურებთან, ქცევებთან, სიტუაციებთან. მეორეც, იმათთან, ვისთანაც რეციპიენტს სურს კუთვნი-

ლება, რაშიც მას სურს მონაწილეობა და ა.შ. - ზოგადად რომ ვთქვათ, რომელთაც ის უკავშირებს თავის გეგმებს, იმედებს, ოცნებებს.

"პიროვნების ფსიქოლოგიური დინამიკის" ამ მიჯნაზე ნაპოვნი იქნა პროპაგანდისტული ხერხი, რომელსაც დასავლურ სამეცნიერო ლიტერატურაში "ცრუ იდენტიფიკაციას" უწოდებენ. კონკრეტული ხერხების მთელი მრავალფეროვნების მიუხედავად, მისი გამოყენების სტრატეგიული მიზნები, ძირითადად, მუდმივია: ჯერ ერთი, პიროვნების ფორმირება დასახული პროპაგანდისტული სტანდარტების მიხედვით, მეორეც, პიროვნების შინაგანი კონფლიქტების მოხსნა, რომელთაც წარმოშობს ყოველდღიური შეჯახება რეალობასთან. ეს ხდება ნამდვილი საჭიროებებიდან ილუზორულ სფეროებში გადასვლით ("ესკაპიზმი"). დაბოლოს, მესამე, ეს მეთოდი ისახავს აგრეთვე სოციალური ინტეგრაციის შორსმძივალ მიზნებსაც.

**"წინმსწრები (ანუ შეუძომებელი) ვერსიის" მეთოდი.** მდგომარეობს მისწრაფებაში მასობრივ აუდიტორიას აუცილებლად პირველებმა აცნობონ ფაქტის, მოვლენის, მისი ინტერპრეტაციის შესახებ, ამასთან დიდად არ ზრუნავენ (ანდა განზრახ არ ზრუნავენ) ინფორმაციის ჭეშმარიტებაზე, რეალობასთან მის შესაბამისობაზე; ეს მეთოდი ასევე ემყარება ინფორმაციის შეთვისების ფსიქოლოგიურ მექანიზმებს, რომლებიც მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია პირველად აღქმაზე: ჯერ ერთი, ნებისმიერი შესწორება, განსხვავებული ინტერპრეტაცია ან კატეგორიული უარყოფა, რაც მცდარ ინფორმაციას მოჰყვება, მიდის მხოლოდ მასობრივი აუდიტორიის ნაწილამდე (ეს წინასწარ განზრახვითაც შეიძლება მოხდეს \_ მაგალითად, უარყოფის შემცველი გადაცემა შეიძლება გავიდეს მოუხერხებელ დროს და ა.შ.); მეორეც, ინფორმაციის მიმღებს უკვე ჩამოყალიბებული აქვს გარკვეული აზრი და მისი შეცვლა ძალზედ რთულია.

**"სემანტიკური შეჯახებების" მეთოდი.** ესაა სტრუქტურულ-სემანტიკური ხერხი, რომელიც მდგომარეობს ინფორმაციების ისეთ განლაგებაში, როდესაც შინაარსობრივად ერთმანეთთან კავშირში არიან წინა და მომდევნო ინფორმაციები. ან ავსებენ და აძლიერებენ ერთმანეთს, ანდა უარყოფენ და მთლიანად აბათილებენ წინ გადაცემულ ფაქტს (ყველაზე ხშირად გამოიყენება იმ შემთხვევებში, როდესაც რაიმე მოვლენის შესახებ შეუძლებელია გაჩუმება).

**"ინფორმაციის დაბალანსების (ან გაწონასწორების)" მეთოდი.** ახლოს დგას წინამორბედთან. მაგალითად, როდესაც პოზიტიური ინფორმაცია გადაიცემა პოლიტიკურ მოწინააღმდეგეზე - ისეთი ფაქტისა, რომლის მიჩუმათებაც არ შეიძლება, - მაშინვე გადაიცემა მისი "გამაწონასწორებელი" ხასიათის ინფორმაცია.

**"სამონტაჟო მისტიფიკაციის" მეთოდი.** ეს მეთოდი აღმოაჩინეს ჯერ კიდევ "კინოს ენის" გამომსახველებითი სტილისტიკის შექმნისა და დამუშავების დროს. მისი არსი მდგომარეობს იმაში, რომ კადრები რომლებიც აფიქსირებენ სივრცის სხვადასხვა ელემენტებს სხვადასხვა დროს, ან სხვადასხვა ადამიანების კომპონენტები და ა.შ. დამონტაჟებული სხვადასხვა მოდიფიკაციით, ქმნის არარეალურ, მისტიფიცირებულ ლოგიკურ-თხრობით რიგს, რომელიც ამისდა მიუხედავად მაყურებელმა შეიძლება აღიქვას რეალობის სახით.

ამ სახის ერთ-ერთი პირველი მაგალითი რომელიც მსოფლიო აღიარება მოიპოვა, არის პოლიტიკური სარეკლამო ფილმი "მეგობრობის ელჩი" - პრეზიდენტობის კანდიდატ რ.ნიქსონზე. ავტორებმა გამოიყენეს მონტაჟური მისტიფიკაციები, რომლებიც აერთიანებდნენ სხვადასხვა რეალობის ეპიზოდებს (ანდა ისეთ ფრაგმენტებსაც, რომლებიც რეალურად არც მომხდარა): ცალკე გადაღებული სტატისტიკის მასობრივი სცენები, რომლებიც ტაშს უკრავდნენ კანდიდატს, თვითმფრინავი, რომლითაც ის ევროპაში უნდა გაფრენილიყო - ამოღებული იყო მხატვრული ფილმიდან, "რუსების" მსხვილი პლანი, რომლებიც "საბჭოთა" ტელევიზიით ყურადღებით უსმენდნენ ნიქსონის გამოსვლას, სინამდვილეში გადაღებული იყო აშშ-ში და ა.შ.

**იარლიყების მიწებების მეთოდი.** იდეების, პიროვნებების, ობიექტების შესახებ ინფორმაციას თან სდევს დადებითი ან უარყოფითი მახასიათებლები, რომლებიც ადამიანებმა განსჯის გარეშე უნდა მიიღონ. როდესაც მსმენელთა ჩამოსაცილებლად და პიროვნებების ან იდეების კომპრომეტაციისათვის მათ დასაბუთების გარეშე ეძლევა არახელსაყრელი განსაზღვრება, მაგ, "იმპერიალისტი", "ფაშისტი", "შოვინისტი" და ა.შ.

**"საყოველთაო მხარდაჭერის" ილუზიის შექმნის მეთოდი.** რაიმე მოვლენის გადმოცემისას, რომლის მხარდაჭერის მოპოვებაც სურთ აუდიტორიის მხრიდან, მას კომენტარს ურთავენ ისეთი სიტყვების გამოყენე-

ბით, როგორცაა "საერთო სახალხო მხარდაჭერა", "უდიდესი უმრავლესობა", "საზოგადოებრივი აზრი" და ა.შ.

**"ცრუ დოკუმენტაციის" მეთოდი.** ნაწილობრივ გავს წინას, მაგრამ გამოიყენება მხოლოდ და მხოლოდ ეკრანული დოკუმენტაციის ჟანრებში, უპირატესად კინორეპორტაჟში. ემყარება მაყურებლის გავრცელებულ აზრს, რომ დოკუმენტური ქრონიკის სახის მქონე ლენტი სიმართლეს გადმოსცემს და ჭეშმარიტია. ამასთან არ ითვალისწინებს ობიექტის "შემზადების" შესაძლებლობას. გამოირჩევა იმით, რომ ხდება მთლიანად მოვლენის ფალსიფიცირება და არა მისი ცალკეული ფრაგმენტებისა, ემოციური შეფერილობისა და ა.შ.

პირველად "დოკუმენტური ინსცენირება" განახორციელეს ნაცისტმა კინომატოგრაფისტებმა, რომელთაც გებელსის დავალებით გადაიღეს ფილმი-რეპორტაჟი ბრიტანეთის სანაპიროზე გერმანიის ჯარების "გადასხდომის" შესახებ. ეს მოვლენა, რომელიც არასოდეს მომხდარა, "დოკუმენტურად ფიქსირდებოდა" პა-დე-კალეს სანაპიროზე, დიუნკერკის მახლობლად.

ეკრანული პროპაგანდა, არ ივარგლება რა საზოგადოებრივი აზრის ვერბალური დამუშავებით, მიმართავს ყველაზე ქმედით საშუალებას – თვალსაჩინობას, რომელიც, პროპაგანდის ავტორთა აზრით, აღქმული უნდა იქნას როგორც ურყევი ჭეშმარიტება.

**"ფაქტების უკომენტარო ნაკადის" მეთოდი.** ის ახლოს დგას წინამორბედთან, მაგრამ გამოიყენება უპირატესად პირდაპირი ტელევიზიის დოკუმენტურ ჟანრებში, როგორცაა მაგალითად მოვლენის უბრალო ტრანსლირება. ეს მეთოდი ემყარება ასევე მაყურებელთა უმრავლესობაში არსებულ რწმენას, რომ რეალობის უშუალო ჩვენება ხდება გარედან მასში რაიმე ჩარევის გარეშე. მაგრამ "ჩარევა" აუცილებელია ეკრანზე ნებისმიერი ჩვენების დროს: ჯერ ერთი, ეკრანზე რეალობის მხოლოდ ნაწილი ექცევა, მეორეც, მაყურებელი მხოლოდ იქითკენ იყურება, საითკენაც მიმართულია ობიექტივი, კადრების ჩვენება ყოველთვის ლოგიკურად, სტილისტურად ორგანიზდება მონტაჟში. მონტაჟი – ეს შერჩევაა, შერჩევა კი ყოველთვის ტენდენციურია.

**"ემოციური კარნახის" მეთოდი.** ეს მეთოდი უპირატესად "საეთერო კომუნიკაციებშია" გავრცელებული – რადიოსა და განსაკუთრებით ტელევიზიაში. სასურველი ეფექტის მიღწევის უმარტივესი ხერხია კომუნი-

კატორის მიერ საჭირო რეაქციის "კარნახი" ეს ხდება დიქტორის ინტონაციით, სახის გამომეტყველებით, ჟურნალისტის მიმიკით, თავად მასალის ემოციური შინაარსით და ბოლოს, მონტაჟით. უფრო რთული ამოცანები წყდება გარკვეული დრამატურგიული ჩანაფიქრის \_ მასალის სიუჟეტური აგების \_ რეალიზებით.

**"თვითაღმოჩენების" (ანუ "თვითდასკვნების") მეთოდი.** ემყარება ფსიქოლოგების მტკიცებას, რომ ინფორმაცია, რომელიც შეთვისებულია ინდივიდის მიერ საკუთარი განსჯის, აქტიური ლოგიკური ძიების შედეგად, არა მარტო მტკიცედ იბეჭდება მეხსიერებაში, არამედ უფრო არსებით ზეგავლენას ახდენს ადამიანის აზრებზე, ფასეულობით ორიენტაციასა და ქცევაზე, ვიდრე დიდაქტიური, ინსტრუქციული ხასიათის ინფორმაცია. ამ გარემოების გათვალისწინებით, დასავლეთელი თეორეტიკოსები არ ურჩევენ კომუნიკატორს, რომ მან დაწვრილებით განმარტოს მის მიერ მიწოდებული და, განსაკუთრებით, ნაჩვენები ფაქტები. მასალა "დაუმთავრებელი", "ბოლომდე უთქმელი" სახით უნდა იყოს მიწოდებული, რადგანაც მან რეციპიენტს შეუქმნას არსში საკუთარი ძალებით წვდომის ილუზია. აქ მეტად არსებით როლს ასრულებს პროპაგანდისტების კოპერაცია რეკლამის სპეციალისტებთან, აგრეთვე ხერხების სესხება მხატვრული კინოდან და ტელევიზიიდან (მაგალითად, სიუჟეტის აგება ღია ფინალით).

**"რეკომენდაციის" ანუ "დამოწმების" მეთოდი.** ნაწილობრივ დაკავშირებულია იდენტიფიკაციისა და "თვითაღმოჩენის" ფსიქოლოგიურ მექანიზმებთან. მდგომარეობს იმაში, რომ ფართო პოპულარობის მქონე პიროვნებები (ეკრანის ან სპორტის "ვარსკვლავები", დამსახურებული ვეტერანები და ა.შ.) აჩვენებენ თავიანთ დაინტერესებას რომელიმე მოღვაწის ბედით (უფრო ხშირად - პოლიტიკური კანდიდატის), მოუწოდებენ მასობრივ აუდიტორიას გაიზიარონ მათი პოზიცია. საჭირო დებულებას წარმოთქვამს პიროვნება, რომელიც აუდიტორიაში დიდი ავტორიტეტით სარგებლობს, ანდა პირიქით - სიძულვილის ობიექტს წარმოადგენს.

**"ტრანსფერის" (გადატანის) მეთოდი.** პრინციპში, გავს წინამორბედს, მაგრამ ნაკლებად "ღიაა" და გათვლილია კრიტიკულად განწყობილ აუდიტორიაზე. მისი არსი მდგომარეობს მისწრაფებაში შექმნას საზოგადოებრივი აზრი, დაფუძნებული მდგრად ასოციაციურ კავშირზე ორ ან რამდენიმე პირს (იდეას, ცნებას და ა.შ.) რათა უმრავლესობის აზრით

უქველი პრესტიჟული ფასეულობა ერთისა გავრცელდეს სხვაზეც, რომელიც აქტუალური პროპაგანდისტული ინტერესების ცენტრში იმყოფება. ამ გზით სცადეს, მაგალითად, ჯ.კენედის "დიდების სხივები" გავრცელებინათ მის მემკვიდრე ლ.ჯონსონზე. სპეციალურად შექმნილ პოლიტიკურ-სარეკლამო ტელეფილმებში წინა რიგში იყო წამოწყული მათი "სულიერი სიახლოვე", პოზიციათა თანხვედრა სხვადასხვა საკითხებში, მეგობრობა და ა.შ. სინამდვილეში კი, როგორც ამტკიცებენ ინფორმირებული მკვლევრები (ა.შლუზინგერი, ტ.სორენსენი, ე.ბარნოუ და სხვა) ყველაფერი პირიქით იყო: ორმხრივი უკმაყოფილება, უნდობლობა, პოზიციათა სხვაობა.

პროპაგანდის ყველაზე გავრცელებული მანიპულაციური მეთოდების (უპირატესად საარჩევნო ტექნოლოგიების) ასეთი უბრალო ჩამონათვალიც კი გვიჩვენებს, რამდენად მნიშვნელოვანია მათი შესწავლის ამოცანა.

## 4. პოლიტიკური მანიპულირების შეზღუდვის გზები

მოქალაქეებისა და დემოკრატიული სახელმწიფოებრივი წყობისათვის ყველაზე დიდ საფრთხეს პოლიტიკური მანიპულირებისათვის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გამოყენება წარმოადგენს. მანიპულირება პროპაგანდის ყველაზე "ცუდ" ფორმად შეიძლება მივიჩნიოთ, რომლის დროსაც ხდება მასობრივი ცნობიერების თანმიმდევრული და მიზანდასახული მართვა უპირატესად აღქმის ირაციონალური სფეროზე ზემოქმედებით.

პოლიტიკური მანიპულაციების საფრთხე საზოგადოებისათვის გამომდინარეობს მისი შემდეგი თავისებურებებისაგან:

- მანიპულატორები ცდილობენ მოკლევადიანი პოლიტიკური მიზნების მიღწევას. გრძელვადიან პერსპექტივაში მანიპულაციები, როგორც წესი, არაეფექტიანია. აქედან გამომდინარეობს უზომო კონცენტრირება ტაქტიკურ საკითხებზე სტატეგიულის საზიანოდ. ეს საბოლოო ჯამში

ქვეყანაში განაპირობებს საზოგადოების, პოლიტიკური პროცესების არასტაბილურობას;

- პოლიტიკური მანიპულაციები ხორციელდება იმ მიზნით, რომ საზოგადოების ინტერესები შეიცვალოს ცალკეული პიროვნებების, ჯგუფების, კლანების და ა.შ. ინტერესებით. ეს იწვევს დამაბულობის ზრდას საზოგადოებაში, ხალხის გაუცხოებას ხელისუფლებისაგან, მმართველი კლასის დეგრადაციას;

- პოლიტიკური მანიპულაციები ამახინჯებენ საზოგადოებაში მიმდინარე რეალურ პროცესებს, რაც უარყოფითად მოქმედებს მის მართვა-დობაზე. მანიპულირების მეთოდების გამოყენების შედეგად ირღვევა ინფორმაციის გაცვლის სისტემა ხელისუფლებასა და საზოგადოებას შორის. სიგრუე წარმოშობს სიგრუეს. პოლიტიკური მანიპულირების ფართოდ გამოყენებით ელიტა თავად ითხრის სამარეს, რადგანაც კარგავს ქვეყნის ეფექტიან მმართველობის შესაძლებლობას და ადრე თუ გვიან მოუწევს პოლიტიკური სცენის დატოვება.

მასმედიის მანიპულაციური გამოყენების შესაძლებლობები დიდია, მაგრამ უსაზღვრო არაა. საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირების ზღვარი განპირობებულია პირველ რიგში უკვე ჩამოყალიბებული მასობრივი ცნობიერებით, ადამიანების სტერეოტიპებითა და შეხედულებებით.

მანიპულირებისათვის მნიშვნელოვან დაბრკოლებას წარმოადგენს ადამიანთა საკუთარი გამოცდილება, აგრეთვე ხელისუფლების მიერ არაკონტროლირებადი კომუნიკაციის სისტემები: ოჯახი, მეგობრები და ნაცნობები, საწარმოო და სხვა მოდერნიზაციის პროცესში ჩამოყალიბებული ინტერაქციული ჯგუფები, მაგრამ პოლიტიკურ მანიპულირებას, განსაკუთრებით მასმედიაზე მონოპოლიის შემთხვევაში, შეუძლია ამ ბარიერების გადალახვა. ამიტომ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სატელევიზიო არხების მფლობელთა დივერსიფიკაციას, საზოგადოებრივი ტელევიზიის განვითარების წახალისებას და მისი დაფინანსების საიმედო წყაროების შექმნას, უახლესი ტელეკომუნიკაციური ტექნოლოგიების გამოყენებას ინფორმაციის წყაროების მრავალფეროვნების გასაფართოვებლად.

მასმედიის მიერ თავისი ფუნქციების ეფექტურ შესრულებას საზოგადოებაში ხელს უწყობს მისი მრავალფეროვნება და შეჯიბრება აუდიტორიის ნდობისა და ყურადღების მოსაპოვებლად. მასობრივი ინფორმა-

ციის საშუალებათა პლურალიზმს უზრუნველყოფს როგორც მათი მრავალფეროვნება, საზოგადოებაში მრავალი საინფორმაციო სააგენტოს, რადიოსა და ტელევიზიის, გაზეთების არსებობა, ისევე ტელე და რადიოპროგრამების რედაქციული დამოუკიდებლობა. გარდა ამისა, ამავე მიზანს ემსახურება მრავალ ქვეყანაში არსებული წესი – დრო მისცენ ყველა პოლიტიკურ ძალას, არჩევნებში მოპოვებული ხმების პროპორციულად.

## სპინდოქტორი

მასმედიის მზარდი როლის პირობებში ჩნდება ახალი პროფესიები, რომელთა დანიშნულებაც კომუნიკაციურ პროცესებზე აქტიური ზემოქმედებაა. ამ მხრივ იმიჯმეიკერებისა და "პიარის" სპეციალისტების გვერდით სულ უფრო აქტიურად იმკვიდრებენ ადგილს სპინდოქტორები. მათი შესაძლებლობები უსაზღვრო არაა, მაგრამ ეს ახალი სპეციალობა მნიშვნელოვან ტექნოლოგიებს ფლობს მასობრივი ცნობიერების მართვისათვის.

### სპინდოქტორის საქმიანობის არსი

სპინდოქტორი (spin doctor) მედია-გუნდის წევრია. ის შეიძლება მუშაობდეს პრესსამსახურის, ანდა საარჩევნო იმიჯმეიკერული ჯგუფის შემადგენლობაში. მისი ამოცანაა საზოგადოების მიერ მოვლენის აღქმის შეცვლა, ანდა გარკვეული მოვლენის განხორციელების მოლოდინის შეცვლა. სპინდოქტორი დაკავებულია მასმედიაში მოვლენის გაშუქების შესწორებით, მას შემდეგ რაც საინფორმაციო სურათის განვითარებამ არახელსაყრელი ელფერი შეიძინა. ე.ი. სპინდოქტორის ამოცანაა მოვლენის უფრო უკეთ წარმოდგენა, სინამდვილის სასურველი ინტერპრეტაციის დამკვიდრება.

სამეცნიერო ლიტერატურაში გამოიყოფა სპინდოქტორის მუშაობის ორი ტიპი:

– მოლოდინების ორგანიზება თავად მოვლენის დადგომამდე;  
– საინფორმაციო სურათის გამოსწორება მას შემდეგ, რაც მოვლენის არასწორი (უფრო ზუსტად კი სპინდოქტორის დამკვეთისათვის არასასურველი) გაშუქება მოჰყვა.

სპინდოქტორის საქმიანობა მოითხოვს მუდმივ რეაგირებას მოვლენათა ამა თუ იმ განვითარებაზე. მისი მუშაობა უნდა იყოს: აქტიური – საზოგადოებრივ აზრს თავს მოახვიოს მიმდინარე მოვლენების ინტერპრეტაცია; და იმავდროულად, დინამიური – უნდა მოასწროს გადაწყვეტილების მიღება და რეაგირება მანამდე, სანამ ამას გააკეთებს ოპონენტი.

დ.უოტსი გამოყოფს "სპინის" გამოყენების ხუთ ტიპს:

1. წინმსწრები სპინი – მომზადება მოვლენის წინ;
2. მომდევნო სპინი – მოვლენის შელამაზება;
3. ტორნადო სპინი – საზოგადოების ინტერესების სხვა სფეროში გადატანის მცდელობა;
4. კრიზისის კონტროლი – იმ მოვლენათა მენეჯმენტი, რომლებიც კონტროლიდან გამოდიან;
5. ზარალის შემცირება – უკვე არაკონტროლირებადი მოვლენების მენეჯმენტი, იმისათვის როს თავიდან იქნას აცილებული შემდგომი ზარალის მოყენება.

## სპინდოქტორი და ჟურნალისტი

არსებითად, სპინდოქტორის მუშაობის მიზანია მასმედიის "სწორი სახის" მიღება. რადგანაც საინფორმაციო სურათს უშუალოდ ჟურნალისტები ქმნიან, ამდენად სპინდოქტორი არსებითად ცდილობს ჟურნალისტის მაგივრად შეასრულოს მისი სამუშაო. სპინდოქტორისა და ჟურნალისტის საქმიანობის განსხვავება შემდეგნაირად შეიძლება წარმოდგეს:

1. შეტყობინების მიზანი – ჟურნალისტისთვის ესაა ფაქტი, ხოლო სპინდოქტორისათვის ინტერპრეტაცია, ანუ ჟურნალისტი აღწერს ფაქტს, სპინდოქტორი კი იძლევა მოვლენათა გარკვეულ ინტერპრეტაციას (ამასთან ფაქტების გაჟონვაც ხდება, მისი ამა თუ იმ ინტერპრეტაციისათვის);
2. მიზნობრივი აუდიტორია – ჟურნალისტისთვის ესაა მასობრივი აუდიტორია, იგი მკითხველისათვის, მსმენელის ან მაყურებლისათვის მუშაობს, სპინდოქტორის საქმიანობა კი ჟურნალისტებზეა გათვლილი (მათი შუამავლობით კი მასობრივ აუდიტორიაზე);

3. კომუნიკაციურ პროცესში შესვლა – ჟურნალისტი ამას აკეთებს პროცესის დასაწყისში, სპინდოქტორი კი შეიძლება შევიდეს კომუნიკაციური პროცესის ნებისმიერ წერტილში. ანუ სპინდოქტორი არჩევს ყველაზე ეფექტიან შეტყობინებებს, მათ ათავსებს ყველაზე მნიშვნელოვან არხებში, ირჩევს ამისთვის საჭირო დროს;

4. კომუნიკაციის მიზანი – ჟურნალისტის საქმიანობა მიმართულია აუდიტორიის ინფორმირებაზე, სპინდოქტორი კი "აცილებაზე" (რომ არ მოხდეს მოვლენის "არასაჭირო სახით" გაშუქება). ჟურნალისტებთან შედარებით, სპინდოქტორი მოქმედებს პრინციპულად სხვა სივრცეში. ის მოქმედებს მანამდე, სანამ ჟურნალისტი წერს თავის სტატიას ან სტატია აღმოჩნდება გაზეთში. ის ყოველთვის ერთი ნაბიჯით წინაა, რათა სცადოს იმის განსაზღვრა, რაც ხვალ შეიძლება გაზეთში აღმოჩნდეს. სპინდოქტორის საქმიანობა ჟურნალისტისაზე უფრო რთულია, რადგან მოვლენის არასასურველი ინტერპრეტაციის თავიდან აცილება მოიცავს შექმნასაც;

5. ზემოქმედების ინსტრუმენტები – ჟურნალისტი ცდილობს პირდაპირ მიაღწიოს მიზანს, სპინდოქტორი კი არაპირდაპირი გზებით აღწევს მიზანს.

თავის მუშაობაში სპინდოქტორი ემყარება:

- პირად ავტორიტეტს;
- ჟურნალისტებთან პირად ნაცნობობას;
- საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის ცოდნას.

სპინდოქტორი დიდი გამოცდილების მქონე მაღალი დონის პროფესიონალია, რომელსაც ჟურნალისტურ წრებთან ფართო და არაფორმალური კონტაქტები აქვს. ეს გარემოება უადრესად მნიშვნელოვანია, რადგანაც სპინდოქტორის ტექნოლოგიების ნაკრები პირველ რიგში არაფორმალურ სფეროს მიეკუთვნება. პრინციპში, ასეთი არაფორმალური მუშაობა ჟურნალისტებსაც სურთ ინფორმაციის მისაღებად. სპინდოქტორი, მაგალითად, აქტიურად იყენებს მუშაობის ისეთ არაფორმალურ საშუალებებს, როგორცაა ინფორმაციის გაჟონვა. ეს ხორციელდება იმ ჟურნალისტების მეშვეობით, რომელთაც ენდობიან და რომლებიც თავის მხრივ ნდობით სარგებლობენ სხვა ჟურნალისტების მხრიდან. თუკი ასეთმა მეთოდმა სასურველი შედეგი გამოიღო, ოფიციალური ვერსია სპინდოქტორის მუშაობაში შეიძლება საჭირო აღარც აღმოჩნდეს.

სპინდოქტორმა ჟურნალისტს "უნდა აჯობოს" ინტელექტუალურად და არა აკრძალვებით. ერთ-ერთი ხერხი ამ სფეროში არის ისეთი კომუნიკაციის მომზადება, რომელიც არ დაუშვებს ჟურნალისტის მხრიდან რედაქტირებას. სპინდოქტორი, როდესაც პრესსამსახურის ფარგლებში მოქ-

მედებს, ცდილობს ჟურნალისტს მიაწოდოს "მზა პროდუქტი" – ისინი წინასწარ იღებენ პოლიტიკოსის გამოსვლის ტექსტს იმ ფორმით, რომ შეეძლოთ მისი გამოყენება, თანაც პოლიტიკოსისთვის სასურველი სახით. მაგალითად, რ.ნიქსონისათვის მზადდებოდა არა უმეტეს 100-სიტყვიანი გამოსვლა რათა არ ყოფილიყო მისი რედაქტირების შესაძლებლობა.

## სპინდოქტორი - ახალი ამბების მენეჯერი

სპინდოქტორის საქმიანობას შეიძლება ახალი ამბების მენეჯმენტიც ეწოდოს. ასეთი მენეჯმენტი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია კრიზისულ სიტუაციებში – მაგალითად, პოლიტიკოსის ნათქვამის არასასურველი განმარტების შემთხვევაში.

სპინდოქტორის პოზიციიდან მოვლენაში მთავარია წმინდა კომუნიკაციური ასპექტი. სპინდოქტორი ახდენს მოვლენის ორგანიზებასა და რეორგანიზებას კომუნიკაციურ სიბრტყეში. ორგანიზებული მოვლენის ძირითად ასპექტს წარმოადგენს მისი შედეგები მასობრივი აუდიტორიისათვის.

ოფიციალური ახალი ამბები ინარჩუნებენ ძალთა არსებულ განლაგებას საზოგადოებაში. არაოფიციალური ახალი ამბები, რომლებიც ოპოზიციური წყაროებიდან მომდინარეობენ (მაგალითად, ინფორმაცია ზედაფენების კორუმპირებულობის შესახებ), პირიქით, ცდილობენ ამ ძალთა განლაგების შეცვლას. სპინდოქტორის სპეციალობას წარმოადგენს ახალ ამბებში ამა თუ იმ მოვლენის უარყოფითი გაშუქების შესწორება.

არსებობს მასმედიის საშუალებით მასობრივი ცნობიერების მართვის ორი სქემა: ტოტალიტარული და დემოკრატიული. მათ შორის განსხვავებაა მეთოდებში: ტოტალიტარული სქემა ნეგატიურადაა ორიენტირებული, მან შეიძლება აკრძალოს ამა თუ იმ პიროვნების ან სიუჟეტის გამოჩენა ეკრანზე. დასავლური სქემა პოზიტიურადაა ორიენტირებული: ის არ კრძალავს, არამედ ცდილობს ერთი მოვლენის მეორეთი გამოდევნას. აქედან გამომდინარეობს მისი მეტი ინტელექტუალურობა და დინამიურობა.

დემოკრატიულ საზოგადოებაში კომუნიკაციური სივრცე სხვადასხვა წყაროებით ყალიბდება, იქმნება დიალოგის სიტუაცია, ტოტალიტარულ სახელმწიფოებში კი არსებობს მონოლოგის სტრუქტურა, სადაც ინფორმაცია მხოლოდ ერთი წყაროდან მომდინარეობს, დანარჩენებს კი ექოს როლის შესრულება ეკისრებათ.

ამავე დროს, ნებისმიერი დემოკრატიული სახელმწიფო ანხორციელებს ინფორმაციის კონტროლს, განსაკუთრებით კრიზისულ პერიოდებში, როცა დასაშვებია კონტროლის განსაკუთრებული ფორმები. ამ შემთხვევაში საქმე ეხება კონტროლს კონკრეტულ მოვლენაზე, რომელსაც დროში გარკვეული ხანგრძლივობა აქვს მაგალითად, სპარსეთის ყურეში ომის დროს (XX ს 90-იანი წლების დამდეგი) ხორციელდებოდა კონტროლის შემდეგი ტიპები:

1. ობიექტზე დამკვირვებლის კონტროლი \_ იქმნებოდა სპეციალური ჟურნალისტური ჯგუფები და მხოლოდ ამ ჟურნალისტებს შეუძლიათ საომარ მოქმედებათა ზონაში მოხვედრა;

2. ინფორმაციის კონტროლი \_ აკრძალული იყო დამოუკიდებელი ინტერვიუები, მთელი ინფორმაცია პრეს-კონფერენციების მეშვეობით გაიცემოდა;

3. გადაცემის კონტროლი \_ ტექსტები თითქმის არ კონტროლდებოდა (ეს არც იყო აუცილებელი, რადგან მთელი ინფორმაცია მხოლოდ პრესკონფერენციების მეშვეობით გადიოდა), მკაცრ კონტროლს ექვემდებარებოდა ფოტო და ტელეგადამცემები (არ უშვებდნენ დაჭრილი ან დახოცილი ამერიკელი ჯარისკაცების ფოტოებს).

სპინდოქტორის გაჩენა განაპირობა დემოკრატიულ სახელმწიფოში საზოგადოებრივი აზრის ახალმა როლმა. ახალი ამბები ამა თუ იმ საკითხისადმი საზოგადოებრივი აზრის ყურადღების ასახვა, ახალი ამბების მენეჯმენტი კი ის ისტრუმენტია, რომელიც შესაძლებლობას იძლევა მართვის ელემენტები იქნას შემოტანილი იმ სფეროში, რომელიც ერთი შეხედვით მართვას არ ექვემდებარება.

ახალი ამბების სფეროს ფორმირების რა მახასიათებლები ექვემდებარება მართვას? ესაა მოვლენათა შერჩევა და ახალი ამბებისათვის ამა თუ იმ მნიშვნელობის მინიჭება, მისი გაძლიერება, ან პირიქით შემცირება. ახალი ამბების ჭრილში მოვლენა შეიძლება დამუხრუჭდეს, ანდა დაჩქარდეს. მაგალითად, დამუხრუჭების ინსტრუმენტია მასმედიაში მოვლენის არგაშვება, დაჩქარების ინსტრუმენტია მოვლენის შესახებ მასმედიის მრავალი საშუალებით მოთხრობა. ყველა ეს სიტუაცია რეალურად ჟურნალისტების ხელშია, ზუსტად კი იმათ ხელში, ვინც ახდენს ახალი ამბების შერჩევას, რადგანაც მილიონობით მომხდარი მოვლენიდან მასობრივი ცნობიერების ფოკუსში მხოლოდ მცირე ნაწილი ექცევა.

მოვლენის გაშუქების მართვის სხვა მხარეს წარმოადგენს ის ციკლი, რასაც გადის ახალი ამბები. კარგად მომზადებულ საინფორმაციო მოვლენებს "ხანგრძლივი ცხოვრების" დიდი შანსი აქვს. შესაძლებელია მოვლენის

ნის "სიცოცხლის გახანგრძლივება", სპეციალურად კონსტრუირებული ციკლის მეშვეობით. შეიძლება გამოიყოს 7 ეტაპი:

- მოვლენის მოლოდინის მომზადება;
- თავად მოვლენის ჩატარება;
- მოვლენის გაშუქება ტელევიზიისა და რადიოს საშუალებებით;
- მოვლენის გაშუქება გაზეთების მეშვეობით;
- მოვლენის კომენტირება;
- მოვლენის მოხსენიება ერთგვაროვანი მოვლენების სიაში;
- მითითება მოვლენაზე რაიმე ტენდენციის დადასტურების სახით.

უარყოფით (ისევე როგორც დადებით) მოვლენას აქვს ცხოვრების გარკვეული ხანგრძლივობა. თუკი მას არ "გამოვკვებავთ" ახალი შეტყობინებებით, 7-10 დღეში ის მთლიანად "გაქრება" მასობრივი ცნობიერებიდან. ამიტომ "უარყოფა" ზოგჯერ აუცილებელი არცაა.

მოვლენათა მართვის ილუსტრაციის სახით შეიძლება ითქვას შემდეგი: პოლიტიკოსი შეიძლება ჩართული იყოს რამდენიმე მოვლენაში, მათგან უნდა აირჩეს ისინი, რაც ყველაზე ხელსაყრელია გასაშუქებლად. სპინდოქტორი ხშირად გეგმავს მომავალ მოვლენებს. მან უნდა წარუდგინოს პოლიტიკოსს იმ მოვლენათა ნუსხა, რაც ყველაზე საინტერესო იქნება უახლოესი ერთი-ორი თვის მანძილზე.

სპინდოქტორი დაკავებულია მოვლენათა დაგეგმვით არჩეული სტრატეგიის შესაბამისად. მოვლენათა უარყოფითი განვითარების შემთხვევაშიც ასევე წარმოიშობა პოლიტიკოსის გამოჩენის პრობლემა. უნდა მკაფიოდ განისაზღვროს: სკანდალი ვითარდება, თუ პირიქით, მცირდება. უკანასკნელ შემთხვევაში პოლიტიკოსის გამოჩენას შეუძლია მისი გაღრმავება. რიგ შემთხვევებში კი პირიქით, შეიძლება საჭირო იყოს ახალი გამოჩენა ეკრანზე, რათა წაშალოს წინა გამოჩენის უარყოფითი შედეგები.

## სპინდოქტორის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები

კომუნიკაციური სივრცე რეგულირდება კანონზომიერებათა მეშვეობით, რომელთა გათვალისწინებაც აუცილებელია სპინდოქტორის საქმიანობაში:

1. "დიდი" პოლიტიკა არ ემთხვევა მიკრო ("სახლის") პოლიტიკას. უბრალო ადამიანისათვის მრავალ ფაქტს და მათ შესახებ ინფორმაციას აზრი არა აქვს. პოლიტიკოსმა და სპინდოქტორმა უნდა შეძლოს სახელმწიფო დონის ფაქტების გარდაქმნა რიგითი ადამიანისათვის ფაქტებად;

2. განსხვავებულია ჟურნალისტიკისა და რიგითი ადამიანების ინტერესებიც. საარჩევნო კამპანიებში ცდილობენ ამ განსხვავებათა დაძლევის, იმით რომ ტოკ-შოუში რთავენ არა ჟურნალისტებს, არამედ მოქალაქეებს და ისინი სვამენ კითხვებს.

3. მცირდება მოსახლეობის ინტერესი პოლიტიკისადმი. საჭიროა უფრო დახვეწილი ხერხების გამოყენება, რათა მკითხველისა და მაცურებლის ყურადღება მიაქციოს მათ მიერ დასმულ პრობლემებს.

სპინდოქტორმა უნდა გაითვალისწინოს აუდიტორიის მოთხოვნები და მისი პრიორიტეტები, რაც "ფილტრის" როლს ასრულებს მასობრივ ცნობიერებაში. პოლიტიკა აინტერესებს უმცირესობას, ხოლო მასმედია ორიენტირებული უნდა იყოს უმრავლესობაზე, სპინდოქტორმა უნდა შეათავსოს ორივე მხარის მოთხოვნები – მან დიდი პოლიტიკის მოვლენა ისე უნდა გადმოსცეს, რომ ის საინტერესო იყოს "მცირე" პოლიტიკის თვალსაზრისით, ქვეყნის პოლიტიკა გადააქციოს "ოჯახის" პოლიტიკად.

სპინდოქტორის მუშაობა შემდეგი სქემით მიმდინარეობს:

- მოვლენათა შერჩევა;
- მოლოდინის მომზადება;
- მოვლენის ჩატარება;
- გაშუქება (პრესასა და ტელევიზიაში);
- რეზონანსული მოვლენები.

მოვლენათა შერჩევა ხდება კომუნიკაციის არხის ინტერესების შესაბამისად, წინააღმდეგ შემთხვევაში ძნელი იქნება მასში მოხვედრა, თუკი არ შეესაბამება მის მოთხოვნებს.

სპინდოქტორის დანიშნულებაა მოვლენის წინ აუდიტორიის მოლოდინის მომზადება. ეს უაღრესად მნიშვნელოვანია, რადგანაც მოლოდინის მომზადება განაპირობებს თავად მოვლენის წარმატებას ან წარუმატებლობას. მაგალითად, აშშ-ში ფორდსა და კარტერს შორის მიმდინარე დებატებმა გამოავლინეს, რომ გამარჯვებული აუდიტორიისათვის ისაა, ვინც პირველი დამაჯერებლად გამოაცხადებს თავს გამარჯვებულად.

მოლოდინის მომზადება მოიცავს აუდიტორიის დამუშავებასაც. მაგალითად, სანამ ბილ ქლინტონი მოინანიებდა მ.ლევინსკისთან დაკავშირებით, აუდიტორიაში ინერგებოდა ის აზრი, რომ მონანიების შემთხვევაში მას ეპატიებოდა მომხდარი.

მოვლენის მომზადების სახით შეიძლება განვიხილოთ თავად პირველი პირის მომზადებაც. მაგალითად, სკანდალების პერიოდში ქლინტონს უტარებდნენ პრეს-კონფერენციებს, რათა მისგან "რისხვა გამოეყვანათ" და ნამდვილ პრესკონფერენციაზე მშვიდად ყოფილიყო და დაეტოვა იმ ადამიანის შთაბეჭდილება, რომელიც სიტუაციას ფლობს.

სპინდოქტორს ასევე შეუძლია ოპონენტის გამოსვლაზე რეაქციის ორგანიზება, მისი მნიშვნელობის შესამცირებლად. მაგალითად, აჩვენოს ვინმე, ვისაც სძინავს აუდიტორიაში; კომენტატორის სიტყვას შეუძლია შეცვალოს გამოსვლის აღქმა. მოწინააღმდეგეს კი არ შეუძლია ადექვატური პასუხის გაცემა. ზოგჯერ ოპონენტის სიტყვიდან ამოგლეჯენ რაღაც ფრაზას, ან მოქმედებას, რაც არასახარბიელოდ წარმოაჩენს პოლიტიკოსს (მაგალითად, წაბორძიკება).

და ბოლოს უნდა ითქვას, რომ სპინდოქტორი საჭიროა ძლიერი, დამოუკიდებელი პრესის არსებობის პირობებში, როდესაც გამორიცხულია ზეწოლა და აკრძალვები, რჩება მხოლოდ პრესაზე ზემოქმედების ინტელექტუალური გზა. დასავლეთში ძლიერმა პრესამ განაპირობა ძლიერი ოპონენტის წარმოშობა, სუსტ პრესას კი სპინდოქტორი არ ესაჭიროება. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ რაც უფრო ძლიერი იქნება საქართველოში პრესა და ოპოზიცია, მით უფრო მეტი საფუძველი ექნება ისეთ პროფესიას არსებობისათვის, როგორცაა სპინდოქტორი.

## ქრესტომათია

ენდრიუ ვილსონი. რატომ ცოცხლობს და ყვავის  
„პოლიტიკური ტექნოლოგიები“ პოსტსაბჭოთა  
სივრცეში?



ტერმინი „პოლიტიკური ტექნოლოგიები“ დასავლეთში დიდწილად უცნობია. ამ ქარაგმულ გამონათქვამს ხშირად ყოფილ საბჭოთა სახელმწიფოებში იყენებენ. ტერმინი ნიშნავს პოლიტიკური მანიპულაციების მაღალგანვითარებულ ინდუსტრიას. ყველასათვის ცნობილია, რომ ამ რეგიონის ქვეყნებში (რუსეთიდან – ყირგიზეთამდე) არჩევნების შედე-

## გები ყალბდება, მაგრამ ჩვენ ძველებურად ყურადღებით არ ვსწავლობთ იმას, თუ როგორ ხდება ეს გაყალბება

პირველად „პოლიტიკური ტექნოლოგიების“ მექანიზმის აღწერას შევეცადე ჩემს წიგნში „ვირტუალური პოლიტიკა: დემოკრატიის ფალსიფიკაცია პოსტ-საბჭოთა სივრცეში“ („Virtual Politics: Faking Democracy in the Former Soviet World“). ის 2005 წელს გამოქვეყნდა. წიგნის გამოცემა ძალიან დროული იყო. იმ მომენტისთვის პოლიტ-ტექნოლოგიები უკვე დაეხმარა კრემლს, რომ რუსეთში პოლიტიკურ პროცესებზე ფაქტობრივად სრული კონტროლი მოეპოვებინა. 2003 წლის საპარლამენტო არჩევნებში ოპოზიცია პარლამენტიდან გააძევეს და ქვეყანაში კრემლის ოფიციალური პარტიების ოთხპარტიული ოლიგოპოლია წარმოიქმნა, რაც მეტ-ნაკლებად დღემდე შენარჩუნებულია.

2004 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები კონტროლის სხვაგვარ კულმინაციურ ეტაპს წარმოადგენდა. პუტინმა დამაჯერებლად გაიმარჯვა, მიზნად დაისახა რა „70 და 70“ (ხმების და ამომრჩევლების მაღალი დასწრება) მაჩვენებლის წარმოდგენა. პუტინისთვის მიცემული ხმების მაღალი პროცენტი უზრუნველყოფილ იქნა იმის ხარჯზე, რომ კრემლის პარტიებმაც კი მის წინააღმდეგ მხოლოდ დუბლიორი კანდიდატები წარადგინეს. არჩევნებზე ამომრჩევლების მაღალი დასწრების უზრუნველყოფა ადგილობრივი ხელისუფლების საქმე გახლდათ, რომლებიც ხმების კონკურენტი შემგროვებლების როლს ასრულებდნენ, მაგრამ ეს ორი მიზანი ერთმანეთს ეწინააღმდეგებოდა. რეალური კონკურენციის გარეშე არჩევნები საზოგადოების ინტერესს ანელებს და კრემლს აიძულებს სულ უფრო ხშირად და მასშტაბურად მიმართოს „ადმინისტრაციულ რესურსს“, რათა გაზარდოს არჩევნებზე დასწრების მაჩვენებელი. პუტინმა ხმების 71.3% მოიპოვა, დასწრებამ კი მხოლოდ 64.3%.

ორივე გამარჯვებაში მნიშვნელოვანი როლი „იუკოსის“ საქმემ ითამაშა. არჩევნების მთავარი თემა ოლიგარქების გაროზგვა იყო (არსებობს უფრო ხატოვანი რუსული სიტყვა – „დრამატურგია“). ამის წყალობით, კრემლმა მანიპულაციებზე მონოპოლია დაამყარა. ხშირად ამბობენ, რომ მიხეილ ხადარკოვსკი იმიტომ დააპატიმრეს, რომ „პოლიტიკაში ერეოდა“. უფრო ზუსტად თუ ვიტყვით, ის პოლიტ-ტექნოლოგიებში საკუთარ თამაშს თამაშობდა და ყველას აფინანსებდა, „იბლოკოდან“ დაწყებული – „კომუნისტებით“ დამთავრებული. პუტინთან ოლიგარქების ცნობილ შეხვედრაზე დადგენილ თამაშის წესებში, არაფერი თქმულა იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა გამიჯვნოდნენ პოლიტიკას ოლიგარქები სრულად.

ისინი ძველებურად ვალდებულები იყვნენ დაეფინანსებინათ კრემლის პარტიები (ხადარკოვსკი „ერთიან რუსეთსაც“ აფინანსებდა), მაგრამ ახლა გაჩნდა ურყევი წესი, რომ მათ პოლიტ-ტექნოლოგიებისთვის თავი უნდა დაენებებინათ.

2004 წელი იმითაც აღსანიშნავია, რომ უკრაინის „ნარინჯისფერი რევოლუციის“ სახით ერთგვარი გარდატეხა მოხდა, როდესაც ხალხმა გააპროტესტა როგორც არჩევნების უხეში გაყალბება, ასევე პოლიტ-ტექნოლოგიების მანიპულაციური მეთოდები. ბევრი მიზეზი არსებობს იმისა, თუ რატომ გამოიწვია საბოლოოდ „ნარინჯისფერმა რევოლუციამ“ ასეთი იმედგაცრუება, თუმცა ცხადია, რომ ერთ-ერთი მიზეზი იყო ის, რომ პოლიტიკური ტექნოლოგიები სისტემას წამლავდა, თუმცა ფორმალურად არჩევნების ჩატარების ხარისხი გაუმჯობესდა. როგორი პარადოქსულიც არ უნდა იყოს, ვიქტორ იანუკოვიჩი, რომელმაც 2004 წელს ხელისუფლებაში გაყალბებით მოსვლა ვერ მოახერხა, 2010 წელს თავისუფალ და სამართლიან არჩევნებში გაიმარჯვა და მას შემდეგ შეძლებისდაგვარად საათის უკან გადაწევას ცდილობს.

აქ ერთდროულად სამი კითხვა ჩნდება.

პირველი – რატომ იყენებს რუსეთი დღემდე პოლიტ-ტექნოლოგიებს? სჭირდება თუ არა ეს პრაქტიკა დღეს? კრემლი ხომ მაინც გაიმარჯვებს არჩევნებში?

მეორე – რა ტიპის პოლიტიკური ტექნოლოგიები შენარჩუნდა უკრაინაში 2004 წლიდან, გარემოებათა შეცვლის შემდეგ? რა მეთოდების გამოყენება არ შეიძლებოდა? რომელი აღორძინდა ხელახლა 2010 წლის შემდეგ?

მესამე – რამდენად აქტიურად იყენებენ პოლიტიკურ ტექნოლოგიებს ყოფილი საბჭოთა კავშირის სხვა რესპუბლიკებში? ზოგიერთი სახელმწიფო, მაგალითად ბალტიის რესპუბლიკები, როგორც სჩანს ამ მხრივ სუფთები არიან, მაგრამ არც იმდენად სუფთები, როგორც სურთ თავის წარმოჩენა. ზოგიერთები ცდილობენ უფრო სუფთები გახდნენ, მაგალითად მოლდავეთი და საქართველო, მაგრამ როგორც 2005-2010 წლებში უკრაინის მაგალითმა ცხადყო, პოლიტ-ტექნოლოგიები პოლიტიკური კულტურის ღრმად ფესვგამდგარ გახრწნილობას ასახავს. სპექტრის მეორე ბოლოს დგანან ადგილობრივი ავტორიტარები. ისინი სწუხან, რომ „არაბული გაზაფხული“ არა მხოლოდ მუსულმანურ, არამედ ყველა დიქტატურაზე აისახება. რით უპასუხებენ ამას: ლიბერალიზაციით თუ კონტროლის გამკაცრებით? ცხადია პოლიტ-ტექნოლოგიები დაეხმარება მათ

მარწუხების მოჭერაში, მაგრამ როგორი პარადოქსულიც არ უნდა იყოს, ის დემოკრატიული ფასადის განახლებასაც შეუწყობს ხელს.

### **რატომ აკეთებს რუსეთი დღემდე ამას?**

თითქოს რუსეთში, სადაც ფაქტობრივად ტოტალური კონტროლის ატმოსფეროა, პოლიტ-ტექნოლოგების უმეტესობა დღეს უმუშევარი უნდა დარჩეს. მათგან მხოლოდ რამდენიმე ინარჩუნებს დღემდე კავშირს ხელისუფლების ძალიან ვიწრო წრესთან.

მაგრამ პოლიტ-ტექნოლოგები საკუთარ წარმატებასაც შეეწირნენ. უკიდურესმა კონტროლმა სისტემიდან პოლიტიკური ცხოვრების ყველა ნიშან-წყალი გამოდევნა. ის მშრალი და მყიფე გახდა. საზოგადოება შეიძლება ყველა ამ ხრიკს ვერც კი ამჩნევს, მაგრამ ის საკმაოდ სამართლიანად ავლენს ცინიზმს, იცის რა რომ მას აბრიყვებენ. მარიონეტის ცხოვრება კი რეალური ცხოვრება არ არის: პოლიტ-ტექნოლოგებს შეუძლიათ ფრანკენშტეინისეული მონსტრების შექმნა, რომლებიც კონტროლს უსხლტდებიან, მაგრამ ძირითადად ისინი ფიქტიურ დრამას და ინერტულ პოლიტიკურ შუაკაცებს ქმნიან. როგორც ერთმა რუსმა ადვოკატმა სთქვა, „ერთიანი რუსეთი“ პინოჩიოს ჰგავს – ის ცდილობს გახდეს ნამდვილი, მაგრამ არ შეუძლია. ის ცდილობს პოლიტიკურ სუბიექტად გადაქცევას, მაგრამ ჩვენ ყველამ ვიცით, რომ არსებობს მხოლოდ ერთი პოლიტიკური სუბიექტი“ (პუტინი). „ერთიანი რუსეთი“ განიცდის იმას, რომ რეალურად აქტიური როლი არა აქვს. მას ზედმეტად ხშირად იყენებენ ფარად პოტენციური კონკურენტების წინააღმდეგ. ის ხელისუფლების პარტიაზე მეტად, დიდწილად ხელისუფლების დაცვის პარტიაა. ამიტომ პოლიტ-ტექნოლოგების საქმეა წესრიგი დაამყარონ იმ აურზაურში, რომელიც თავად შექმნეს.

### **სისტემის მომსახურება**

პირველი მიზეზი იმისა, თუ რატომ ცოცხლობს დღემდე რუსეთში პოლიტ-ტექნოლოგიები, არის ის რომ არსებობს უკვე აგებული სისტემის მხარდაჭერის და მომსახურების აუცილებლობა. პირველ რიგში საჭიროა პოლიტიკური გვამების რეანიმირება. პუტინმა 2011 წელს „სახალხო ფრონტი“ აშკარად „ერთიანი რუსეთის“ ჩამქრალი ბრენდის გადახალისების მიზნით შექმნა.

მეორეც, გრემი რობერტსონის თქმით, რეჟიმის მხარდამჭერები დროსთან ერთად შეიძლება არათანმიმდევრულები აღმოჩნდნენ. როდე-

საც რეჟიმი ზეწოლის ქვეშ მოექცევა, ე.წ. „თანამგზავრი-პარტიები“ შეიძლება ორბიტას ჩამოშორდნენ. ასე მოხდა პოლონეთში 1989 წელს, სადაც პოლონელი ”კომუნისტების” ორი ხელდასმული მოკავშირე, ”დემოკრატები” და ”გაერთიანებული სახალხო პარტია”, მოულოდნელად „სოლიდარობის“ მხარეს გადაბარგდნენ. როდესაც რეჟიმი შესუსტდება, მოკავშირე პარტიები დეზერტირობას თუ არა, ნამდვილ ოპოზიციასთან ფლირტს მაინც დაიწყებენ.

და პირიქით, მანამდე არალოიალური პარტიები და პიროვნებები შესაძლოა ოფიციალური ხელისუფლებისგან კეთილგანწყობის მოპოვებას შეეცდონ. დაახლოებით ასეთი ვითარებაა 2003 წლიდან რუს ”კომუნისტებთან” დაკავშირებით.

ამიტომ რეჟიმის ოლიგოპოლიის შენარჩუნებისთვის, მათრახის და თაფლაკვერას სწორი თანაფარდობა აუცილებელია. კრემლს, როგორც სჩანს, სტაბილურად აქვს პრობლემა ფიქტიურ მემარცხენებთან. 2003 წლის შემდეგ, მისი კონტროლიდან გავიდა „სამშობლო“ („როდინა“), ახლა მისი მემკვიდრე „სამართლიანი რუსეთი“ ცდილობს რეალურ ოპოზიციასთან მიწეკებას, მაგრამ თავად დაცემას განიცდის.

### **სისტემური ცვლილებები**

ხელისუფლების ცვალებად ბალანსს სახელმწიფოში ახალი პროექტების გაცოცხლება შეუძლია, განსაკუთრებით მაშინ, თუკი მოქმედი ფორმულა გაიცვითება და მოძველდება. 2007 წელს „სამართლიან რუსეთს“ მხარს ძალოვანები უჭერდნენ. ერთ მშვენიერ დღეს შეიძლება გაჩნდეს „მედვედევის პარტია“ – შეიძლება ჯერ არც გაჩნდეს. „სახალხო ფრონტი“ უახლოეს მომავალში პოლიტიკური სივრცის მონოპოლიზებას შეეცდება, რათა არ დაუშვას კონკურენტი პროექტების გამოჩენა. ამაში სერიოზული ირონიაა, რადგან გორბაჩოვის ეპოქაში ბევრ საბჭოთა რესპუბლიკაში მმართველი რეჟიმის წინააღმდეგ გაერთიანებულ ოპოზიციურ ორგანიზაციას „სახალხო ფრონტი“ ერქვა.

### **ახალი გამოწვევები**

სისტემამ საგარეო ცვლილებებზეც უნდა მოახდინოს რეაგირება. შეიძლება გაუცხოვების რაღაც აურიდებელი რეაქცია წარმოიქმნას. რობერტსონი წერს, რომ ეკონომიკურ თეორიაში არსებული მონოპოლიების მსგავსად, „ფართო პროფილის“ დომინირებადმა პარტიებმა, როგორცაა „ერთიანი რუსეთი“, შეიძლება კონკურენტები წარმოქმნან, რომლებიც ცა-

რიელ ნიშებს დაიკავებენ. 2004 წლის შემდეგ გუბერნატორების არჩევნების გაუქმებაც იმას ნიშნავს, რომ სისტემას დღეს ნაკლები მებაშირი ჰყავს. ეკონომიკური კრიზისის დროს ადგილობრივი მასშტაბის პროტესტი იმაზე ნაკლები იყო, ვიდრე თავდაპირველად წინასწარმეტყველებდნენ, თუმცა მას გაცილებით მასშტაბური საერთო ნაციონალური შედეგები ჰქონდა.

რა თქმა უნდა, შეიძლება გარე სამყაროში გაუთვალისწინებელი მოვლენების გამო სხვა პრობლემებიც შეიქმნას. პირველი გამოწვევა უკვე 2003-2004 წლებში წარმოიქმნა. 2003 წლის საქართველოს „ვარდების რევოლუციის“ და 2004 წლის უკრაინის „ნარინჯისფერი რევოლუციის“ შემდეგ კრემლის პოლიტ-ტექნოლოგებმა, რომლებიც ცდილობდნენ რუსეთში „რეალური“ არჩევნების შეზღუდვის კომპენსირებას და უკრაინაში დაშვებული შეცდომების ანაზღაურებას, პოლიტიკური ტექნოლოგიების ახალი ბრენდი შეიმუშავეს და მას ღიად უწოდებდნენ „კონტრ-რევოლუციურ ტექნოლოგიებს“. გლებ პავლოვსკის თქმით, ხელისუფლებამ მიზანმიმართულად დაიწყო ისეთი ორგანიზაციების შექმნა, როგორცაა „ნაში“ იმისთვის, რომ „საქართველოსა და უკრაინის მოვლენები აქ არ განმეორდება“. ბელორუსიის არჩევნები 2006 წელს საცდელ პოლიგონად გამოიყენეს იმის ნეიტრალიზებისთვის, რასაც პოლიტ-ტექნოლოგები „ფერადი რევოლუციების“ საკვანძო დეტონატორებს უწოდებდნენ: „ეგზიტპოლები“ ნაკლებად ეფექტური გახდა იმის გამო, რომ ისინი გაყალბებულ ოფიციალური შედეგებს იმეორებდა. სერიოზული ფინანსური რესურსები და ძალისხმევა მიმართეს რეჟიმთან დამეგობრებული არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და „საზოგადოებრივ მოძრაობათა სუროგატებისკენ“. რუსული ტაქტიკა გადაიღო აზერბაიჯანმა, სადაც რეჟიმმა ასევე შექმნა ახალგაზრდული დაჯგუფება „ირელი“ („წინ“).

კრემლი ცდილობს ყველა მოწყვლადი ადგილის დაფარვას, რადგან ეკონომიკურმა კრიზისმა გააძლიერა იმის შიში, რომ ის საპროტესტო მოძრაობებს ადორმინებდა. 2008 წლის ოქტომბრის ინტერვიუში გლებ პავლოვსკი საუბრობდა კრემლის ახალი მემარცხენე პარტიის შესაძლო შექმნაზე, რომელიც პროტესტის ამორტიზატორის როლს ითამაშებდა, მაგრამ 2010 წელს რეჟიმს პროტესტი უფრო მემარჯვენე ფლანგიდან დაემუქრა. კრემლს ყოველთვის ძალიან ეშინოდა ძალის „პუტინი პლუს“ – ანუ ნაციონალიზმისა და სოციალური პოპულიზმის ერთგვარი ნაზავის. ამიტომ „რუსეთის პატრიოტებს“ იყენებდნენ მარჯვნიდან ამორტიზატორის როლში, მაგრამ რეჟიმი სულ უფრო აცნობიერებს, რომ რეფორმების

განხორციელებასთან დაკავშირებული ვალდებულებები არ შეასრულა, ამიტომ ჩნდება იმის პირველი ნიშნები, რომ შეუძლია „სამართლიანი რუსეთი“ შეცვალოს და წინ წამოწიოს მემარჯვენე ცენტრისტული პროექტი „სამართლიანი საქმე“ („პრავე დელო“), რომელსაც სათავეში ჩაუდგა მილიარდერი მიხეილ პროხოროვი, აქცია რა ის მმართველი რეჟიმის ახალ სარეზერვო პარტიად.

პოლიტ-ტექნოლოგიების ერთ-ერთი უპირატესობა მის „სტერილურობაში“ მდგომარეობს. ის რეჟიმებს იდეოლოგიის გარეშე ფუნქციონირებასა და ერთი ვარიანტიდან მეორეზე გადაადგილებაში ეხმარება. ივან კრასტევი ამტკიცებს, რომ სინამდვილეში ავტორიტარული რეჟიმები ოფიციალური იდეოლოგიის გარეშე უფრო სტაბილური იქნებოდა, რადგან როგორც წესი, სწორედ ამ იდეოლოგიის წინააღმდეგ ერთიანდებიან ოპოზიციური ძალები, თუმცა როგორც ეს ზემოთ ითქვა, პოლიტ-ტექნოლოგიების მიერ რეალური იდეოლოგიის გარეშე შექმნილი პარტიებიც „სტერილურობისკენ“ არიან მიდრეკილები.

### **ახალი კონკურენტები**

კრემლმა 2007 წლის საპარლამენტო არჩევნებზე შეინარჩუნა მისი ოთხპარტიული ოლიგოპოლია. დუმაში მოხვედრის ბარიერი კვლავ მაღალია, თუმცა კრემლი თავდაცვის გარე ზღვარსაც ინარჩუნებს. ნებისმიერი რეალური ოპოზიციური პარტია, რომელიც მიუახლოვდება 7%-იანი ბარიერის გადალახვის შესაძლებლობას, როგორც სჩანს კონტრზომებს წააწყდება. „მწერი“ პარტიების როლი, რომლებიც ოპოზიციისთვის ხმების წართმევის მიზნით არსებობენ, 2003 წლის შემდეგ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა, მიუხედავად იმისა, რომ ერთი შეხედვით მათი მისია თვითმკვლევობის ტოლფასია. ისეთი პარტიები, როგორებიცაა „Гражданская сила“ („სამოქალაქო ძალა“) და „რუსეთის დემოკრატიული პარტია“ (2007 წელს პირველმა ხმების 1.05% და მეორემ – 0.13% მიიღო) თითქოს ფულის და დროის უქმად ხარჯვას, თუკი გამოვალთ იქიდან, რომ მათი მიზანი 7%-იანი ბარიერის გადალახვაა, მაგრამ ეს ჩანაფიქრი საკმაოდ გონივრული ჩანს, თუკი ვივარაუდებთ რომ მათი ამოცანა ამ ბარიერთან მიახლოვებაზე „იბლოკოსთვის“ ხელის შეშლა იყო („იბლოკომ“ ხმების 1.6% მიიღო).

### **ფორმულის შეცვლა**

ყველა არჩევნებს ახალი დრამატურგია სჭირდება, ნაწილობრივ იმიტომ, რომ ამომრჩევლის მოტყუება ერთი და იგივე ოინებით, რთულია. 1996 წლის არჩევნებზე "კომუნისტებს" მოხვდათ; 1999-2000 წლებში ჩვენების ჯერი დადგა; 2003-2004 წლებში ოლიგარქების გაროზგვის დრო დადგა. 2007-2008 წლის არჩევნები ჩატარდა ლოზუნგით „რუსეთის აღორძინება ყველას ჯინაზე“ – იმისთვის, რომ „პუტინური გემის“ ამორფული პოპულარობა მედვედევზე გადასულიყო. ამას დამტკიცება სჭირდება, მაგრამ როგორც სჩანს, „ხელისუფლების პარტიების“ უფრო ადრინდელი ვერსიების მარცხის მიზეზი 1993-1995 წლებში იმაში მდგომარეობდა, რომ არავინ ქმნიდა მტრის ხატს, რომელთან ბრძოლაც იყო საჭირო.

როგორც სჩანს დღეს საყოველთაოდ აღიარებული პრინციპი იმაში მდგომარეობს, რომ ყველა რუსულ არჩევნებს თავისი დრამატურგია უნდა ჰქონდეს. კრემლი ჯერ რუტინული საქმიანობით დაკავებული არ არის, თუმცა სერგეი მარკოვი ჯერ კიდევ 2007 წელს ამბობდა, რომ „ადამიანები დაიღალნენ გაერთიანებით, მათ მოდუნება სურთ. ამიტომ, ისინი მხარს უჭერენ პუტინს. ადამიანები დაიღალნენ მრავალრიცხოვანი კონფლიქტებისგან“. პოლიტ-ტექნოლოგიას ახლავს დრამატიზირების განუყოფელი ტენდენცია, ან ყოველ შემთხვევაში ახალი დრამის გამოგონება ყველა ცალკეული არჩევნებისთვის, რაც საბოლოო ჯამში დესტაბილიზაციას იწვევს. ელექტორატმა შეიძლება კონკურენციის არ არსებობა იგრძნოს და პოლიტ-ტექნოლოგებს მუდმივად უწევთ დაბალ აქტიურობასთან ბრძოლა, იმასთან რაც თავად მათი ბრალია. ამისთვის ისინი ახალ დრამას და ახალ ფალსიფიკაციას იყენებენ. ყველა შემთხვევაში, ვირტუალური კონკურენცია პუტინს და მედვედევს შორის შეიძლება უფრო გამწვავდეს და არა იმიტომ, რომ 2012 წელს რუსეთი დადგება რეალური არჩევანის წინაშე, არამედ იმისთვის რომ ამ ილუზორული კონკურენციის საშუალებით ამომრჩევლებს გაუჩნდეთ განცდა, რომ მათი ხმებისთვის რეალური ბრძოლაა გაჩაღებული.

## **რუსული პოლიტიკური კულტურის პოსტ-მოდერნი და პრე-მოდერნი**

რუსეთის საყოველთაო ლოზუნგია „მოდერნიზაცია“, მაგრამ პოსტ-საბჭოთა რუსეთი პოსტ-მოდერნის და პრე-მოდერნის ძალიან საინტერესო ნაზავია. როგორც რიჩარდ საკვა წერს, რუსეთი „რეკონსტრუირებადი სახელმწიფოა, რომელიც სასოწარკვეთილი ცდილობს არასწორი საბჭოთა

მოდერნიზაციის მემკვიდრეობის გადალახვას“. ბევრი პოლიტ-ტექნოლოგი საკუთარ პროფესიაზე მოთხოვნას სწორედ ამ პარადოქსით ხსნის.

სერგეი მარკოვი განმარტებების მთელ კრებულს გვთავაზობს: „რუსეთში პოლიტ-ტექნოლოგიების პიკი 1990-იან წლებს ემთხვევა (ის ძალიან მოკრძალებულად საუბრობს 2000-იან წლებში საკუთარ დამსახურებებზე), რის შემდეგაც მოგვიანებით დროებით მიწელდა“, მაგრამ დღეს პოლიტიკური ტექნოლოგიების როლი კვლავ იზრდება. „იმ სიტუაციაში, როდესაც ინსტიტუტები ძალიან სუსტია, ასეთი მეთოდების გავლენა ძლიერდება. ინსტიტუტების განმტკიცებასთან ერთად, პოლიტ-ტექნოლოგიებზე მოთხოვნა შესუსტება, მაგრამ მსოფლიოში ზოგადად თავად ინსტიტუტები სუსტდება“. „საზოგადოებრივი აზრი არსად ქრება, არამედ სულ უფრო ხელოვნურად იქმნება. პოლიტიკური კონკურენცია – ეს სულ უფრო ხშირად არის ბრძოლა საზოგადოებრივი აზრის პროგრამირებისთვის“.

მარკოვის კოლეგა გლებ პავლოვსკი ასევე საუბრობს დროებით და გრძელვადიან ფაქტორებზე: „1990-იან წლებში თქვენ ვერ დაეყრდნობოდით სოციალურ ჯგუფებს, ვერ გამოიყენებდით ადმინისტრაციულ სტრუქტურებს, ამიტომ ქმნიდით სურათს“. უფრო სტაბილურ რუსეთში პოლიტ-ტექნოლოგიებზე ნაკლები მოთხოვნა უნდა არსებობდეს, მაგრამ პავლოვსკი იმასაც აღნიშნავს, რომ დღეს „ჩვენ მითოლოგიის ეპოქაში ვცხოვრობთ, სადაც, ისევე როგორც ძველ საბერძნეთში, მითის რეალობისგან გარჩევა რთულია. პოლიტიკა ეფუძნება არა პოლიტიკურ ცოდნას, არამედ მითებს, რომლებსაც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ავითარებენ“.

არგუმენტი იმის შესახებ, რომ რუსეთი სხვა პოსტ-მოდერნისტული პოლიტიკური კულტურებისგან არაფრით განსხვავდება, სადაც ცინიკური მანიპულაცია ნორმად გადაიქცა, იმას გულისხმობს რომ პოლიტ-ტექნოლოგებს ხანგრძლივი მომავალი აქვთ. რუსი პოლიტ-ტექნოლოგები აცხადებენ, რომ ეს მსოფლიოში საყოველთაო ნორმაა: ნებისმიერი პოლიტიკა „რეალპოლიტიკის“ პრინციპებზე იგება, პოლიტიკური ტექნოლოგიები დასავლეთშიც არსებობს, უბრალოდ ჩვენ მათ უკეთ ვნიღბავთ, თუმცა ეს აშკარად იმ ზიანის შემცირების მცდელობაა, რომელიც მათ საკუთარ სისტემას მიაყენეს.

## ბალტიის სახელმწიფოები

რუსეთის გარდა, დანარჩენი საბჭოთა რესპუბლიკები სამ ძირითად კატეგორიად შეგვიძლია დავყოთ. რადგან ბალტიისპირეთის სამი რესპუბლიკა დღეს ევროკავშირის და ნატო-ს წევრია და საკუთარ თავს სამაგალითო სკანდინავიურ დემოკრატიებად მიიჩნევენ, იქ შემორჩენილი პოლიტ-ტექნოლოგიების ზოგიერთი სახეობა იმის შეხსენებაა, რომ არც ისეთი გაურყენელები არიან, როგორც თავს წარმოაჩენენ. სავისაარის საქმემ, რომელიც ესტონეთში 2011 წლის მარტის არჩევნებამდე გაჩნდა, ცხადყო რომ საიდუმლო მოქმედებები, ფარული პარტიული დაფინანსება და კომპრომატების აქტიური გამოყენება, ძველებურად დამახასიათებელია ადგილობრივი პოლიტიკური კულტურისთვის. ადგილობრივი ოლიგარქები, რომლებიც პოლიტიკურ პარტიებს ფარულად აფინანსებენ, სერიოზულ პრობლემად რჩება, განსაკუთრებით ლატვიაში, სადაც 2010 წლის არჩევნებამდე პოლიტიკაში დომინირებდნენ ანდრის შკელე („სახალხო პარტია“), აინარს შლესერსი („ლატვია უპირველეს ყოვლისა“) და აივარს ლემბერგსი („მწვანეები“) და მიუხედავად ამისა, სრულად ფიქტიური პარტიები ბალტიისპირეთში არ არსებობს: ეს ქვეყნები ძალიან პატარები არიან, ხოლო მათი მედია ძალიან თავისუფალი.

### **„რბილი“ ავტორიტარები**

მაგრამ პოსტ-საბჭოთა სახელმწიფოების დიდი ნაწილი რუსეთის მსგავსი „კონკურენტული ავტორიტარული რეჟიმებია“. ზოგიერთი მათგანი საკმაოდ ხისტია და პოლიტიკური ტექნოლოგიები დიდად არ სჭირდება, სხვები საკმაოდ „რბილები“. ბევრი რუსი პოლიტ-ტექნოლოგი უცხოეთშიც მუშაობს, თუმცა ბოლო დროს საკუთარი კადრების ექსპორტი უკრაინამაც დაიწყო.

2010 წლის დეკემბრის არჩევნების წინ ბელორუსში ხმები გავრცელდა, რომ ორ „რუხ კარდინალს“ პრეზიდენტის ადმინისტრაციიდან, ვლადიმერ მაკკეის და ნატალია პეტკევიჩს აქვთ კონტროლირებადი პლიურალიზმის ერთგვარი ფორმის შექმნის იდეა, ხოლო პოლიტ-ტექნოლოგიების სხვადასხვა ჯგუფებმა ორბიტაზე გაუშვეს ახალი სახელისუფლო პარტია „ბელაია რუს“, მაგრამ როგორც სჩანს, ლუკაშენკო შიშობს, რომ ხელისუფლების პარტია ბელორუსში ჩინოვნიკური ინტერესების დაცვის ლობისტად გადაიქცევა. იქ ხელმძღვანელ თანამდებობებზე, კვლავ მკაცრი ხაზის მხარდამჭერები დანიშნეს, ისეთები როგორცაა ვიქტორ შეიმანი და ძველი სკოლის პრემიერ-მინისტრი მიხეილ მიასნიკოვიჩი, ხოლო

ქვეყანამ ახალ და არაპროგნოზირებად ფაზაში შეაბიჯა. რეპრესიების პრაქტიკის გაფართოვებამ კი თამაშის ძველი წესები გააცამტვერა.

ლუკაშენკოს გაუმართლა იმ მხრივ, რომ თავისი რეპრესიული ზომები „არაბული გაზაფხულის“ დადგომამდე გამოიყენა. სხვა ადგილებში, კერძოდ კავკასიასა და ცენტრალურ აზიაში, მმართველ ელიტას იმაზე ფიქრი უწევს, თუ როგორ უზრუნველყონ უკეთ სტაბილურობა – ხელის გადაგრეხვით თუ მარწუხების მოშვებით. არსებობს იმის ნიშნები, რომ ყაზახეთი და შესაძლოა აზერბაიჯანიც „არაბული გაზაფხულის“ შიშით პლიურალიზმის განმტკიცების (თუმცა მხოლოდ როგორც რეალური დემოკრატიის ალტერნატივის) მიმართულებით წავა. არაბებისადმი მიბაძვით დაწყებული უმნიშვნელო საპროტესტო გამოსვლები 2011 წლის გაზაფხულზე აზერბაიჯანსა და სომხეთში ჩაახშვეს, სადაც ისინი უფრო რეზონანსული გახდა 2008 წლის არჩევნების გაყალბებასთან დაკავშირებული გამოსვლების ჩახშობის ადგილობრივი წლისთავის ფონზე.

### **”ნარინჯისფერი რევოლუცია” როგორც ანტიდოტი**

ბალტიისპირეთის გარდა, სერიოზული დემოკრატიის როლზე პრეტენზია შეიძლება სამ პოსტ-საბჭოთა რესპუბლიკას ჰქონდეს: საქართველოს 2003 წლის შემდეგ, უკრაინას 2004 წლის შემდეგ და მოლდავეთს 2009 წლიდან, მაგრამ იქაც პოლიტ-ტექნოლოგიებს სხვადასხვა დოზით დღემდე იყენებენ, აფუჭებენ რა ზოგად სურათს.

უკრაინა ის ქვეყანა იყო, სადაც 2004 წლის შემდეგ პოლიტ-ტექნოლოგიების აღმოფხვრის სერიოზული იმედი გაჩნდა, მაგრამ ზოგიერთი ადათისა და ჩვევის მოსპობა ძალიან რთული აღმოჩნდა. 2006 და 2007 წლის საპარლამენტო არჩევნები დიდი წინგადადგმული ნაბიჯი იყო და მიუხედავად ამისა ეს არჩევნები მთლიანად თავისუფალი და სამართლიანი მაინც არ გახლდათ. ”რეგიონების პარტია” თავისი სახელისუფლებო მონოპოლიით განსაკუთრებით იგებს ისეთ „კონტროლირებად რეგიონებში“, როგორიცაა დონბასი.

თუკი უფრო თავისუფალი მედიის მხრიდან „მხილების ეფექტს“ გავითვალისწინებთ, ფიქტიური პარტიები და „ტექნიკური კანდიდატები“ უნდა გამქრალიყვნენ, თუმცა ისინი მაინც მონაწილეობდნენ, როგორც 2006, ასევე 2007 წელსაც. ასეთ პარტიებზე დიდი ფული დაიხარჯა, მათ შორის ისეთებზე, როგორებიც იყვნენ „ნე ტაკ!“, „ეკო +25%“ და „ვეჩე“ 2006 წელს და „განახლებულ“ კომუნისტებზე, „გრომდაზე“ და „უკრაინის რეგიონალურ აქტივზე“ 2007 წელს, თუმცა ერთი ასეთი პროექტი მა-

ინც წარმატებული აღმოჩნდა კუჩმას ყოფილი მოკავშირეებისა და მეორეხარისხოვანი ოლიგარქებისთვის, რომლებიც ვლადიმერ ლიტვინს უჭერდნენ მხარს. ამ უკანასკნელმა 2007 წელს რადაში 20 ადგილი და საპარლამენტო ძალთა ბალანსი მიიღო და მართალია ზოგიერთი ადამიანი გარკვეული პერიოდის განმავლობაში შეიძლება გააბრიყვო, თუმცა დღეს უკრაინაში ფართომასშტაბიანი პროექტის ფართო მხარდაჭერით განხორციელება, როგორც ეს იყო 1999 წელს რუსულ „ედინსტვოსთან“ დაკავშირებით ძალიან რთულია.

მაგრამ ნარინჯისფერ ეპოქაშიც კი უკრაინული მედია-საშუალებები უფრო პლიურალისტური იყო ვიდრე თავისუფალი. კონკურენტი ტელეარხები და გაზეთები ძველებურად ასრულებდნენ ე.წ. „სლივნი ბაჩოკის“ („toilet pipes“) როლს. „ვირტუალურმა პარტიებმა“ მართალია დიდწილად მნიშვნელობა დაკარგა, მაგრამ „შავი პიარი“ და „კომპრომატების ომი“ უკრაინაში ძველებურად ჰყვოდა. სინამდვილეში მათ კიდევ უფრო სასტიკი ფორმა შეიძინეს, რადგან წამყვანი მოთამაშეები ბრძოლის სხვა საშუალებების გარეშე დარჩნენ.

მოლდავეთი და საქართველოც პოლიტიკური ტექნოლოგიებისგან ცვალებადი წარმატებით თავისუფლდებიან. ეს პატარა ქვეყნებია და იქ ფიქტიური პროექტების გაყიდვა გაცილებით რთულია. ჯერ კიდევ ვლადიმერ ვორონინის დროს (2001-2009 წწ) მმართველი „კომუნისტური პარტიის“ რუხმა კარდინალმა მარკ ტკაჩუკმა ყურადღება გაამახვილა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით და ადმინისტრაციული რესურსით მანიპულირებაზე. იქ პოლიტიკური პარტიების დიდი ნაწილი კვლავ ნამდვილია, თუმცა 2009 წლის არჩევნების შემდეგ ხელისუფლების შენარჩუნების მიზნით, დიდი საპროტესტო აქციების ორგანიზებისთვის აგენტი-პროვოკატორების გამოყენება, პოლიტ-ტექნოლოგიური ოინების კლასიკური მაგალითი იყო.

შევარდნაძის დროს, ზოგიერთი პატარა პარტია ფარულად ფინანსდებოდა ოლიგარქების მიერ რუსეთიდან. სააკაშვილის პირობებში, საქართველოში მოქმედებს პარტია-ჰეგემონი, რომლის სპეციალიზაციაც შავი პიარი და პოლიტიკური ოპონენტების შერჩევითი დევნისთვის საგადასახადო პოლიციის გამოყენებაა. მოლდავეთში 2009 წლის შემდეგაც კი, სასამართლო ხელისუფლება კვლავ „ადმინისტრაციულ რესურსად“ რჩება, ხოლო პარტიული აზრების უკან საქმიანი ჯგუფები დგანან, რომლებიც სახელმწიფოს კოლონიზაციისკენ მიისწრაფვიან.

## იანუკოვიჩის დროს უკრაინა პოლიტიკური ტექნოლოგიებს აღადგენს

იანუკოვიჩის დროს უკრაინა დემოკრატიის მხრივ უკან იხევს, თუმცა საეჭვოა ის სრულფასოვან ავტორიტარიზმად გარდაიქმნას. ამის ნაცვლად ის ყველგან პოლიტ-ტექნოლოგიებს ააღორძინებს. ამ მხრივ პირველი ნაბიჯი 2010 წლის ოქტომბერში ადგილობრივ არჩევნებში „ადმინისტრაციული რესურსების“ აღდგენით გადაიდგა. ბიულეტენების პირდაპირი ჩაყრის შესაძლებლობა ნაკლებად იყო, ამიტომ ხელისუფლება „ლეგალურ ტექნოლოგიებს“ იყენებდა, არ აძლევდა რა ოპოზიციას ბევრ ოლქში დარეგისტრირების შესაძლებლობას და ამის ნაცვლად ფიქტიურ კლონ-უბნებს ქმნიდა.

მიუხედავად ამისა, მთავარმა ოპოზიციურმა ძალამ, იულია ტიმოშენკოს ბლოკმა არჩევნებში მეორე ადგილი მოიპოვა. სამართალდამცავთა მხრიდან მუდმივმა დევნამ და ბიზნესიდან მომხრეების გადაბირებამ ბლოკი დაასუსტა, მაგრამ ვერ გაანადგურა. მმართველი რეჟიმის ერთ-ერთი ფრაქცია შეეცადა ოპოზიციასთან ბრძოლის თამასა აეწია და 2011 წლის მაისში ტიმოშენკოს წინააღმდეგ ოფიციალური ბრალდებები წარადგინა. მეორე, ოპოზიციის ბლოკის ჩანაცვლების მიზნით, ცდილობს წინ წამოსწიოს სატელიტი-პარტიები. ხელისუფლებასთან დაახლოვებული ოლიგარქები ფარულად აფინანსებენ ულტრანაციონალისტურ პარტია „სვობოდას“ („თავისუფლება“), რომელიც „საფრთხოვლას“ (მოქმედი ხელისუფლების „უარესი ალტერნატივის“) ფუნქციას ასრულებს, თუმცა ახლახანს ჩატარებულმა გამოკითხვამ ცხადყო, რომ „სვობოდამ“ უკვე მიაღწია პოპულარობის პიკს 3.1%-ით. ეკონომიკური კრიზისის დროს, მემრაჯვენე-რადიკალური პოპულისტური პარტიების პოტენციურ მხარდამჭერთა რიცხვი შეიძლება გაიზარდა კიდევ, მაგრამ ისტორიულად ეს მაინც დასავლეთის რეგიონების რადიკალური მარგინალების ხვედრია. მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ „სვობოდას“ ლიდერი ოლეგ ტიაგნიბოვი საპრეზიდენტო არჩევნების მეორე ტურში ტიმოშენკოს ნაცვლად შეიძლება იანუკოვიჩის ოპონენტი გამხდარიყო, ძალიან უცნაურად ჟღერს (თუმცა ის დღემდე განიხილება), მაგრამ მის პარტიას მაინც შეუძლია ოპოზიციის ხმების გაყოფა 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნებში.

ამიტომ მმართველი რეჟიმის პოლიტ-ტექნოლოგებს დღეს აქვთ რუსული სტრატეგიის იდეა და ხელისუფლების ორი იფიციალური პარტიის შექმნა სურთ. მართალია უკრაინაში, რუსეთისგან განსხვავებით შრომა სხვაგვარად განაწილდება. რუსეთში ისინი ყოვლისმომცველი „ერ-

თიანი რუსეთის“ მარცხნივ განლაგდნენ, ხოლო უკრაინაში რეგიონების პარტიის ელექტორატი ქვეყნის სამხრეთ-აღმოსავლეთიდან ძირითადად მემარცხენე-ცენტრისტულია. ამიტომ ხელისუფლების მეორე პარტია შეიძლება გახდეს ან ფსევდოლიბერალური, ან ფსევდომემარჯვენე იმისთვის რომ უკრაინის დასავლეთსა და ცენტრალურ რაიონებში ტიმოშენკოს პოზიციები შეარყიოს.

2010 წელს ხელისუფლების მეორე პარტიის როლში თავდაპირველად სერგეი ტიგიბკოს პარტია „ძლიერი უკრაინა“ იყო, მაგრამ პრემიერ-მინისტრის მოადგილე ტიგიბკოს საგადასახადო საქმე, შემდეგ კი საპენსიო რეფორმა მიაბარეს და ის ბუნებრივი მხარდამჭერების გარეშე დარჩა. ის იმ მარტივი მიზეზის გამოც დაზარალდა, რომ მთავრობაში იყო. რა-ზუმკოვის ცენტრის მიერ 2011 წლის აპრილში ჩატარებული გამოკითხვის თანახმად, „ძლიერი უკრაინის“ მხარდაჭერა მკვეთრად დაეცა 4.9%-მდე. ამავდროულად, ხელისუფლებასთან დამეგობრებული არსენი იაცენიუკის „ცვლილებების ფრონტმა“ საკმაოდ რესპექტაბელურ, თუ არა გადაწყვეტ 8.1%-ს მიაღწია. ამიტომ მეორე პარტიასთან დაკავშირებული იდეა შეიძლება ააღორძინონ ან სხვა პროექტზე გადართონ ახლებურად.

შეიძლება კიდევ ერთი ხრიკი აამოქმედონ: ახალი პარტიის „უდარ“ („დარტყმა“) გამოყენება, რომელსაც პოპულარული ბოქსიორი ვიტალი კლიჩკო ხელმძღვანელობს. „რეგიონების პარტია“ ხელს არ უშლის მისი პოპულარობის ზრდას გამოკითხვების თანახმად (მისი რეიტინგი დღეს 3.2%-ს აღწევს), რადგან ამ პარტიის გამოყენება „პარამუტისტების“ ინტერესებში შეიძლება, რაც იმას ნიშნავს, რომ შესაძლებელი გახდება „უდარის“ საარჩევნო სიებში რეგიონების პარტიის ზოგიერთი მოქმედი პარლამენტარის შეყვანა, თუკი მმართველი პარტია ნელ-ნელა პოპულარობას დაკარგავს.

### **„რბილ“ ავტორიტარულ სახელმწიფოებში პოლიტიკური ტექნოლოგიები დიდხანს დარჩება**

ტყუილის პოლიტიკა დროებითი მოვლენა უნდა იყოს. პოსტ-საბჭოთა ამომრჩევლები აბსოლუტურად სამართლიანად ავლენენ ცინიზმს იმის გამო, რომ მათ ხშირად ატყუებენ და აზრიყვებენ, ამიტომ პოლიტ-ტექნოლოგიები ცდილობენ ერთი და იგივე ფანდი ორჯერ არ გაიმეორონ (თუმცა საკუთარი პროდუქტის ასლებს სხვა ქვეყნებში იაფად ყიდიან), მაგრამ პოლიტ-ტექნოლოგიების წყალობით „რბილი ავტორიტარიზმი“ ისეთ ქვეყნებში, როგორც რუსეთია „რბილი“ რჩება და როგორც სჩანს

კრემლისთვის ის უფრო მისაღები იქნება და ფართომასშტაბიან დესპოტიზმზე უარს იტყვის. დემოკრატიის დასუსტებას უკრაინაში პოლიტ-ტექნოლოგიების ფართომასშტაბიანი გამოყენება მოჰყვება. სხვა ადგილებში, „არაბულმა გაზაფხულმა“ შეიძლება შეშფოთებულ რეჟიმებს რეალური დემოკრატიის დამკვიდრების ნაცვლად დემოკრატიის იმიტაციისკენ უბიძგოს. ამიტომ თვალსაწიერ მომავალში, პოლიტ-ტექნოლოგიები პოსტ-საბჭოთა პოლიტიკისთვის დამახასიათებელ ნიშნად დარჩება.

*ენდრიუ ვილსონი – საერთაშორისო საკითხებში ევროპული საბჭოს აუფროსი მეცნიერ-თანამშრომელი.*

19th, 2011 <http://foreignpress.ge/?p=17663>