

მასობრივი კომუნიკაციის როლი ულტრადემოკრატიული ქვეყნების საარჩევნო პროცესში

გიორგი გოგოხია

მასობრივი კომუნიკაციის სადოქტორო საგანმანათლებლო პროგრამის დოქტორანტი, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი ელ. ფოსტა: giorgi.gogokhia.1@ciu.edu.ge

აბსტრაქტი

დემოკრატიის უმნიშვნელოვანესი პირობები სიტყვისა და აზრის გამოხატვის თავისუფლება, პლურალიზმის მაღალი დონე და სამართლიანი არჩევნებია. სოციოლოგების მოსაზრებით, ქვეყანაში განვითარებული დემოკრატიული პროცესების ხარისხი ინფორმირებულობაზე დამოკიდებულია.

ელექტორატის ინფორმირებულობის გაზრდა მედიის დახმარებითაა შესაძლებელი, სწორედ ამიტომ თანამედროვე საარჩევნო სისტემებთან მიმართებით, მნიშვნელოვანია გამოკვეთილი იყოს მედიის როლი. ის გვევლინება, როგორც საზოგადოებრივი აზრის მაკონსტრუირებელი ინსტრუმენტი, შესაბამისად მისი გავლენა სოციალურ და პოლიტიკურ საკითხებში, მათ შორის საარჩევნო პროცესებში მეტად მნიშვნელოვანია.

კვლევა გამოკვეთს, თუ რა ფუნქციები გააჩნია მედიას საარჩევნო საკითხებთან დაკავშირებით, როგორ ურთიერთობს აუდიტორიასთან და რა გავლენა აქვს საზოგადოებაზე.

ნაშრომის მიზანია განიხილოს სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილება საარჩევნო სისტემებში მედიის ჩართულობასთან მიმართებით.

საკვანძო სიტყვები: არჩევნები, მედია, მასობრივი კომუნიკაცია, დემოკრატია, პლურალიზმი.

21-ე საუკუნეში, ტექნიკის განვითარებასთან ერთად, მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებებმა უმნიშვნელოვანესი როლი მოირგეს ზოგადსაკაცობრიო პროცესებში. თანამედროვეობაში მედიის მისია სოციუმის შემეცნებაა, მისი მეშვეობით საზოგადოება იღებს დამუშავებულ ინფორმაციულ ნაკადს. მედია კარნახობს საზოგადოებას რა მოვლენებზე და

ამასთან როგორ იფიქრონ მათზე. შესაბამისად შესაძლებელია ითქვას, რომ სოციუმს და მასთან დაკავშირებულ პროცესებს ნაწილობრივ მედია აყალიბებს.

ინფორმაციულობის განსხვავებული ხარისხიდან გამომდინარე, ყალიბდება სხვადასხვა პოლიტიკური, სოციალური და კულტურული გარემოებები, რომელშიც ცხოვრობს თანამედროვე მსოფლიოს მოსახლეობა. განსხვავება მდგომარეობს იმაში, რომ არსებობს დემოკრატიული, ავტორიტარული და გარდამავალი მმართველობის მქონე ქვეყნები. აღსანიშნავია რომ პოსტ საბჭოთა ქვეყნები, მათ შორის საქართველო დემოკრატიულობის გარდამავალ პერიოდში იმყოფებიან, რაც თავად დემოკრატიული პროცესების განხორციელებას და დაწერგვას მოიაზრებს.

დემოკრატიის უმნიშვნელოვანესი პირობები სიტყვისა და აზრის გამოხატვის თავისუფლება, პლურალიზმის მაღალი დონე და სამართლიანი არჩევნებია. არაერთი სოციოლოგის მოსაზრებით, ქვეყანაში განვითარებული დემოკრატიული პროცესების ხარისხი ინფორმირებულობაზე დამოკიდებული.

არჩევნები, პროცესი რომლითაც განისაზღვრება, ქვეყანაში ხალხის მიერ მმართველი აპარატის დანიშვნა, სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული ფორმით გვხვდება. ერთი შეხედვით დემოკრატიული პროცესი შესაძლებელია წარიმართოს იმ გვარად, რომ სრულიად ეწინააღმდეგებოდეს სამართლიანობის პრინციპს. საქართველოს საარჩევნო ისტორიის მაგალითზე, არჩევნებმა განვითარების მრავალი ეტაპი გაიარა, წლიდან წლამდე იხვეწება და სხვა, დემოკრატიული ქვეყნების მაგალითზე რაციონალურ მაგალითებს იღებს. დემოკრატიულ ჭრილში არჩევნები თითოეული მოქალაქის თანაბარუფლებიანობას და სამართლიანობას იცავს, უნდა იქმნებოდეს გარემო სადაც მოსახლეობის უმრავლესობას ექნება სურვილი პროცესში ჩართვის. როგორც ზემოთ იქნა აღნიშნული, მედია განსაზღვრავს ქვეყანაში განვითარებულ პროცესებს, ამასთან საარჩევნო პერიოდში განსაკუთრებული დატვირთვით გადმოსცემს ყველა განითარებულ მოვლენას. იკვეთება მასობრივი კომუნიკაციების როლი, როგორც კავშირი ხალხსა და საარჩევნო პროცესებს შორის (გოგობია, 2023).

ნდობა მანიპულირებად არჩევნებში: საარჩევნო ადმინისტრაციის როლი და მედიის თავისუფლება“- ნიკოლას კერი და ანა ლიურმანი (Nicholas Kerr and Anna Lührmann)

სტატიაში ავტორები, ნიკოლას კერი და ანა ლიურმანი, განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ იმ მოცემულობას, რომ დღევანდელ პოლიტიკურ ლანდშაფტზე მომრავლდა მრავალპარტიული არჩევნები. აღნიშნული სტილის მქონე არჩევნების ლეგიტიმურობას კი საზოგადოების ნდობა განსაზღვრავს, რაც უფრო მაღალია სანდოობის თამასა, მით მეტია მოცემულ ინსტიტუციაში სამართლიანობის ხარისხი. საზოგადოების მხრიდან სანდოობის განმსაზღვრელად, არჩევნების მიმართ, უმეტეს წილად მედია გვევლინება. მედია მაკავშირებელია საარჩევნო პროცესებსა და იმ მოსახლეობის სეგმენტს შორის, რომელსაც აქვს უფლება განახორციელოს არჩევანის დაფიქსირების პროცესი.

მოცემულ სტატიაში, მედიის როლთან ერთად, ყურადღება გამახვილებულია მის მანიპულაციურ შესაძლებლობაზე საზოგადოების ნდობის ჩამოყალიბებასთან მიმართებით. ნაშრომში გამოკვეთილია ის მოცემულობა, რომ თავისუფალი მედიისა და საარჩევნო ორგანოების ავტონომიურობის პირობებში იქმნება გარემო, სადაც არჩევნების სანდოობა მაღალია. აღსანიშნავია, რომ საარჩევნო ორგანოების და კომისიების ავტონომიურობა საზოგადოებაში დამოუკიდებლად სანდო გარემოს ვერ ქმნის, თუ მედიაში შეიმჩნევა პოლიტიკური პარალებლები და ინტერესები. ნაშრომში წარმოდგენილი ჰიპოთეზა მყარდება ავტორის მიერ ჩატარებული ემპირიული კვლევის შედეგებით. კელმა და ლიურმანმა დაახლოებით 47 საარჩევნო პროცესზე დაკვირვებით დაასკვნა, რომ საარჩევნო ორგანოების ავტონომიურობა და მედიის დამოუკიდებლობა არჩევნების სანდოობის პირდაპირპროპორციულია.

ნაშრომში განხილული ქეისი 2010 წლის მარტში, ნიგერიის დედაქალაქ აბუჯაში, განვითარებულ საპროტესტო მოვლენებს ეხება. პროტესტი გამოიწვია საარჩევნო მარეგულირებელი ორგანოს გადაცდომებმა და სახელისუფლებო აპარატთან მისმა სავარაუდო თანამშრომლობამ. ნიგერიის მსგავსად, მსოფლიოს სხვა მრავალ ქვეყანაში არაერთგზის განხორციელდა საპროტესტო გამოსვლა, რომლებიც ასევე არალეგიტიმურმა საარჩევნო პროცესებმა გამოიწვია.

მოქმედი რეჟიმები ხშირად იყენებენ არჩევნებს, როგორც აღმასრულებელი ხელისუფლების ლეგიტიმაციის გზას. ნაშრომში ხაზგასმულია ზოგადი ჭეშმარიტება, რომლის მიხედვითაც სამართლიანი არჩევნებისთვის უპირობოდ მნიშვნელოვანია ელექტორატის ინფორმირებულობა, რათა მან ადეკვატური და გააზრებული გადაწყვეტილება მიიღოს. შეიძლება ითქვას, რომ მედიის გავლენა საზოგადოებაზე სრულად სტრუქტურირებული და გამოკვეთილი არ არის. თუმცა, ავტორი მიუთითებს, რომ ამომრჩევლების მიერ არჩევნების ხარისხის შეფასების შესაძლებლობას მათი ინფორმირებულობის ხარისხი განსაზღვრავს.

„როდესაც მედია მუშაობს მთავრობის ცენზურისგან თავისუფალ გარემოში, შეუძლია უზრუნველყოს ბაზარი მოქალაქეებისთვის, სადაც ისინი მიიღებენ კონკურენტუნარიან და ხელმისაწვდომ ინფორმაციას არჩევნების შესახებ“ (Kerr & Lührmann, 2017).

მოცემული ნაშრომი მნიშვნელოვან რესურსს წარმოადგენს მედიის როლზე არჩევნების პროცესში. ავტორი სტატიაში არაერთხელ იმეორებს ზოგად ჭეშმარიტებას, რომ არჩევნები დემოკრატიულობის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი ფუნდამენტური პროცესია და მასზე განუსაზღვრელ, თუმცა მნიშვნელოვან გავლენას მედია ახდენს. ავტორებმა შემთხვევის ანალიზის მეთოდის გამოყენებით ემპირიული ველი ნიგერიის მაგალითზე განიხილეს. მოგეხსენებათ აღნიშნული ქეისი საკმაოდ რეზონანსული იყო, შესაბამისად, კერმა და ლიურმანმა ემპირიული ველის დეტალური ანალიზით მნიშვნელოვანი გარემოებები გამოკვეთეს.

„როგორ გაიმარჯვა ტრამპმა: სოციალური მედიისა და სენტემენტების პოლიტიკურ არჩევნებში“ – ჩონგ ოჰი და სავან კუმარი (Chong Oh and Savan Kumar)

საკვლევ თემასთან მიმართებაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ისეთი ნაშრომების განხილვა, სადაც კონკრეტულადაა განსაზღვრული მედიის როლი საარჩევნო პროცესებში.

ჩონგ ოჰის და სავან კუმარის კვლევა შეისწავლის, განსაკუთრებულად რეზონანსული არჩევნების შედეგებს. 2016 წელს ამერიკის შეერთებულ შტატებში ჩატარებულ საპრეზიდენტო არჩევნებს, სადაც დონალდ ტრამპა ჰილარი კლინტონი დაამარცხა, სოციალურ და პოლიტიკურ დისკურსში განსაკუთრებული გაკვირვება და განხილვა მოჰყვა. კვლევაში ხაზგასმულია ის მეტად საინტერესო ფაქტი, რომ 2016 წლის არჩევნების მიღებულ შედეგებში დიდი როლი ითამაშა სოციალურმა მედიამ. კვლევაში შეწავლილ იქნა Twitter-ზე გამოქვეყნებული კომენტარები, რომლებიც მოიცავს პოლიტიკურ დისკურსს, განწყობებს და შეხედულებებს ოპონენტი კანდიდატების შესახებ. კვლევა მოიცავს Twitter-ზე არსებულ კომუნიკაციურ ფორმებს, რომლებიც გამოქვეყნდა წინასაარჩევნო პერიოდში, 3-დან 7 ნოემბრამდე. წინასაარჩევნო დისკურსის შესწავლის ფონზე შესაძლებელია ითქვას, რომ საპრეზიდენტო კანდიდატებზე დაწერილი კომენტარები და პოსტები პოზიტიურზე მეტად ნეგატიური ტონის მატარებელი იყო. ამასთან ჰილარი კლინტონის მიმართ უფრო დიდია ნეგატიური კონტექსტი, ვიდრე დონალდ ტრამპის შემთხვევაში. ოჰის და კუმარის კვლევის ამოსავალი წერტილი სოციალური მედიის როლის გამოკვეთაა, კერძოდ იმ ფაქტის განხილვის ფონზე, თუ როგორ მიაღწია დონალდ ტრამპის საპრეზიდენტო პიარკამპანიათ სამიზნე აუდიტორიაზე და როგორ გაიმყარა სანდოობა. ნაშრომის ფარგლებში, ხაზგასმით არის აღნიშნული ის მოცემულობა, რომ სოციალური მედიით სამიზნე აუდიტორიაში, მეტწილად, საშუალო და მუშათა კლასის თემებში, სტრატეგიულად მიმართული ინფორმაციული ნაკადით გამყარებული პოლიტიკური პოზიციები ტრამპის გამარჯვების ფაქტობრივი მიზეზი გახდა.

2016 წლის ამერიკის შეერთებული შტატების საპრეზიდენტო არჩევნების საბოლოო შედეგის მოულოდნელობა, წინა საარჩევნო პერიოდში არსებულმა გამოკითხვებმა გამოიწვია. ეგზიტპოლებში ლიდერობდა ჰილარი კლინტონი, რაც პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ სეგმენტში დონალდ ტრამპის გამარჯვების შესაძლებლობას, ფაქტობრივად, გამორიცხავდა. ავტორი რესპუბლიკელების გამარჯვებაში, პოსტსაარჩევნო პერიოდის კომუნიკაციურ სივრცეში გავრცელებულ პოპულარულ აზრს ანიჭებს უპირატესობას:

„ტრამპის გამარჯვება „მუშათა კლასის“ თეთრკანიანთა აღორძინებაშია, რომელთა ძალაუფლება გლობალიზაციის ფონზე თანდათანობით მცირდებოდა“ (Oh & Kumar, 2017).

წარსული გამოცდილებიდან ამერიკის მოსახლეობის აღნიშნული სეგმენტის აქტივობა არჩევნებში მინიმალური იყო და მათი გააქტიურების მთავარ მიზეზად ავტორი სოციალური მედიის ჩართულობას ასახელებს. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ თავად დონალდ ტრამპმა

დაასახელა სოციალური მედია, როგორც გამარჯვებაში ხელშემწყობ მთავარ ფაქტორად და ის გაპრეზიდენტების შემდეგაც აქტიურად იყენებდა ხსენებულ პლატფორმას.

2016 წლის საარჩევნო-პოლიტიკურ შედეგებსა და სოციალური მედიის მაღალ კომუნიკაციურ საფეხურზე გადასვლის ეტაპს ავტორები ჯაჭვიურ პროცესად მიიჩნევენ.

„სოციალური მედიის საზღვრები საგრძნობლად გაიზარდა. ის ერთგვარი სოციალურ-ქსელური პლატფორმიდან მულტიმედიის სრულფასოვან წევრად გადაიქცა. მედია, რომელიც საშუალებას აძლევს ნებისმიერ სუბიექტს და დაინტერესებულ ინდივიდს შექმნას, გააზიაროს და მიიღოს ინფორმაცია თითქმის შეზღუდვის გარეშე“ (Oh & Kumar, 2017, გვ. 7-8).

ოკიმ და კუმარმა საკითხის შესასწავლად წინასწარ შეიმუშავეს საკვლევი კითხვები:

1. რა როლი აქვს სოციალურ მედიას, კერძოდ Twitter-ს, 2016 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების მიმართ საზოგადოების განწყობაზე?
2. როგორ განვსაზღვროთ სოციალური მედიის როლი Twitter-ზე გამოქვეყნებული კომენტარების მოცულობით?
3. როგორია სოციალური მედიის პლატფორმაზე საზოგადოებრივი განწყობა?
4. სოციალურ პლატფორმაზე გამოქვეყნებული კომენტარების მიხედვით, როგორია განწყობა თითოეულ საპრეზიდენტო კანდიდატთან მიმართებაში?

კითხვებიდან გამომდინარე, ავტორებმა ნაშრომში განახორციელეს სოციალური მედიის ანალიტიკა სენტიმენტების კლასიფიკაციის საფუძველზე. შეგროვებული მასალის ფონზე, რომელიც ძირითადად საარჩევნო „სენტიმენტებს“ მოიცავდა, გამოიკვეთა გარკვეული მიზეზშედეგობრივი კავშირები. სოციალური პლატფორმის გაანალიზების შედეგად გამოიკვეთა გარკვეული ტენდენციები, რომელთა მიხედვითაც Twitter-ზე გავრცელებული კომენტარების უმრავლესობა დონალდ ტრამპს უკავშირდებოდა, ხოლო ჰილარი კლინტონთან მიმართებაში მაღალი იყო ნეგატიური სახის დისკურსი. კვლევის ფარგლებში Twitter-თან ერთად გამოიკვეთა, ასევე მაღალი პოპულარობის მქონე სოციალური პლატფორმა Facebook, სადაც ზემოთ აღნიშნული ტენდენციები მეტწილად მეორდება. შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ დონალდ ტრამპის აქტიურობა აღნიშნულ პლატფორმაზეც არანაკლებ მაღალი იყო. ნაშრომის მიხედვით, ტრადიციული მედიის მთავარი საინფორმაციო გამოშვებების ობიექტივში მეტწილად ჰილარი კლინტონის საარჩევნო კამპანია შუქდებოდა და ამით სულ უფრო და უფრო ამყარებდნენ მოლოდინს, რომ არჩევნებში კლინტონი გაიმარჯვებდა. კვლევაში ავტორები ხაზს უსვამენ ტრადიციული მედიის განსაკუთრებულ მნიშვნელობას საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ ცხოვრებაში, თუმცა აქვე აღსანიშნავენ, რომ მაღალია მისი ტენდენციურობა; რაც შეეხება სოციალურ მედიას, როგორც ინფორმაციის მიღება-გაზიარების მაღალი დონის თავისუფლების მქონე პლატფორმას, უპირობო მთავარი ადგილი უკავია სოციალურ და პოლიტიკურ დისკურსში.

კვლევის ნიადაგზე, არჩევნებში სოციალური მედიის როლის შესაწავლა „სენტიმენტების“ გაანალიზებით ხორციელდება, რაც სიღრმისეული პროგნოზების გაკეთების საშუალებას იძლევა. ნაშრომი, მულტიმედიურ კონტექსტში, მასშტაბურ კვლევას გვთავაზობს იმდენად, რამდენადაც ის აანალიზებს, როგორც ტრადიციული, ისე სოციალური მედიის როლს საარჩევნო პროცესებში. ავტორები ავლენენ მიზეზ-შედეგობრივ კავშირს სხვადასხვა მედიურ პლატფორმაზე არსებულ დისკურსსა და არჩევნების რეზულტატს შორის. ამრიგად მოცემულ ნაშრომში გამოკვეთილი ტენდენციები და მიღებული შედეგები საგულისხმო და მნიშვნელოვანია ჩვენი კვლევისთვის.

„დემოკრატიული არჩევნები და მედიის პასუხისმგებლობა“ (DEMOCRATIC ELECTIONS AND MEDIA RESPONSIBILITY) - რაჯიშ შუკლა (Rajesh C. SHUKLA)

ასოცირებული პროფესორი რაჯიშ შუკლა არჩევნებში, როგორც დემოკრატიულ პროცესში, მედიის როლზე ამახვილებს ყურადღებას. ავტორის აზრით მედია განაპირობებს საზოგადოების ინფორმირებულობას: პირველ რიგში ამომრჩეველთა სეგმენტს აწვდის ინფორმაციას კანდიდატებისა და პარტიების პროგრამებისა და მიზნების შესახებ; ინფორმირებულობასთან ერთად მედია ითავსებს ფუნქციას, რის მიხედვითაც მომხმარებელს ეხმარება სხვადასხვა ქეისის განხილვა-გაანალიზებაში. ზემოთ აღნიშნული ფაქტორები, რომელსაც თანამედროვე მედია უზრუნველყოფს, ამომრჩევლის უპირობო საარჩევნო უფლებას, თუმცა არსებობს არაერთი ხელის შემშლელი საკითხები. ავტორს ნაშრომში მედიის გამართულ ფუნქციონირებაში, ერთ-ერთ ყველაზე ხელის შემშლელ ფაქტორად „ყალბი ინფორმაცია“ აქვს დასახელებული. აქვე აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ რაჯიშ შუკლა, ინფორმაციის და აზრის მიღება-გაცემის თავისუფლებას, სამართლიანი საარჩევნო გარემოსთვისა და დემოკრატიულობისთვის, გარდაუვალ პიობად ასახელებს. ავტორის აზრით „ინფორმაციული სამოქალაქო და მარკეტინგული ინტერესების „თანაცხოვრება“ დემოკრატიული რეალობისთვის ცნობილი მოვლენაა, თუმცა პირველი მეორეს არ უნდა ეწირებოდეს“ (SHUKLA, 2018, გვ. 2).

დემოკრატიული არჩევნების ერთ-ერთი ფუნდამენტური მიზანი ამომრჩევლების ლეგიტიმური უფლების განხორციელების შესაძლებლობის მინიჭებაა. ნაშრომში სამართლიანი არჩევნების განხორციელების ხელშემწყობ ფაქტორებად მოხსენიებულია: თავისუფალი მედია, პოლიტიკური პარტიების ან კანდიდატების მიზნებზე ამომწურავი ინფორმაცია, მედიის მხრიდან ინფორმაციული და ანალიტიკური ველის შექმნის შესაძლებლობა და თავად ინფორმირებული ამომრჩეველი. ავტორს მიაჩნია, რომ თანამედროვე მედიის ობიექტურობა ეჭვქვეშ დგას, ვინაიდან მისი არსებობა მერკანტილური ინტერესებისგან განყენებულად წარმოუდგენელია.

ნაშრომში ავტორი, ტრადიციულ მედიასთან ერთად, სოციალური მედიის უპირატესობებსაც განიხილავს, ვინაიდან მასზე წვდომა საზოგადოების ძალიან დიდ სეგმენტს გააჩნია. ავტორი ჯეიმს მილის თავისუფლებისა და პრესის თავისუფლების თეორიის გამოყენებით ხაზს უსვამს იმ მოცემულობას, რომ მედიაზე ნებისმიერი სახის კონტროლი დაუშვებელია, იმ

შემთხვევაშიც თუ მისი ობიექტურობა და სარწმუნოობა ეჭვქვეშ დგას. მედიის საქმიანობაში ჩარევა თანამედროვე დემოკრატიულ პრინციპებს ეწინააღმდეგება.

„მედია არ უნდა დაუშვას, რომ მისი კომერციული ინტერესები ჭარბობდეს დემოკრატიულ მოთხოვნებს“ (SHUKLA, 2018, გვ. 10).

„ემპირიული მხარდაჭერა მედიის მონაწილეობის ჰიპოთეზა: საპრეზიდენტო ტენდენციები არჩევნები, 1992–2012 წწ“ –(Erik P Bucy, Jacob Groshek)

საკვლევი ნაშრომისთვის მნიშვნელოვანია ყურადღება გამახვილდეს ტრადიციული მედიის ერთგვარ გავლენებზე. აღნიშნული ნაშრომი აანალიზებს ტრადიციული მედიის ჩართულობას და როლს ამერიკის შეერთებული შტატების ექვს საპრეზიდენტო არჩევნებზე დაკვირვებით. აშშ-ის არაერთი საარჩევნო პროცესის კვლევის მაგალითზე იკვეთება ის მოცემულობა, რომ მედიის ჩართულობა პოლიტიკურ პროცესებში იწვევს სისტემის ეფექტურობის ზრდას. ავტორი ყურადღებას ამახვილებს სიტუაციურ გვარობაზე, რომლის მიხედვითაც მედიის ინტერაქციულობა სოციალურ და პოლიტიკურ მოვლენებში დემოკრატიული პროცესის განუყოფელი ნაწილია. სამეცნიერო სტატიის მთავარ მიზანს სწორედ საკომუნიკაციო საშუალებებისა და დემოკრატიულობის გარდაუვალი უკუკავშირი წარმოადგენს.

პუბლიკაციის მიხედვით, თანამედროვე ინტერაქტიული მედია ზოგადად გამოირჩევა ტენდენციურობით, პოლიტიკური პოლარიზაციით, სიძულვილის ენით და სხვა. თუმცა აღნიშნულის მიუხედავად, ციფრული საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები და მათი მარტივი-ხელმისაწვდომი ჩართულობა უზრუნველყოფს ღია საჯარო სფეროს და სივრცეს სადაც შესაძლებელია უკუკავშირი. სამეცნიერო სტატიაში ავტორი ინტერაქტიულობას შემდეგ დეფინიციას აძლევს:

„თანამედროვე ტექნოლოგიურ ეპოქაში მომხმარებელს ეძლევა საშუალება დაუკავშირდეს სხვა მომხმარებელს, მხარი დაუჭიროს სხვადასხვა პოლიტიკურ თუ სოციალურ კამპანიას და რაც მთავარია, გამოხატოს საკუთარი აზრი“ (Bucy & Groshek, 2017).

დემოკრატიულობის ერთ-ერთი გარანტი სიტყვისა და აზრის გამოხატვის თავისუფლებაა, შესაბამისად ავტორი თანამედროვე ინტერაქტიულ პლატფორმებს დემოკრატიის უალტერნატივო, ხელშემწყობ საშუალებად ასახელებს.

ნაშრომის მიხედვით, 1992 წლიდან 2012 წლამდე, ქვეყანაში ჩატარებულ საარჩევნო პროცესებში ინტერაქტიულობა თანდათან გაიზარდა. აღნიშნულიდან გამომდინარე, თანამედროვეობაში ნაკლებად შევხდებით არაინტერაქტიულ ტრადიციული მედიის ფორმებს. საკვლევი თემატიკიდან გამომდინარე, სამეცნიერო ნაშრომში, პოლიტიკური სისტემის ეფექტურობასთან მიმართებაში, ინტერაქტიული და ტრადიციული მედიის თანაარსებობას უფრო დიდი როლი უკავია, ვიდრე მხოლოდ ტრადიციულს. ავტორი

ყურადღებას ამახვილებს იმ აზრზე, რომ ინტერაქტიული მედიის ჩართულობის ფონზე უმჯობესდება დემოკრატიული პროცესების აღქმა. ავტორი ასევე გვესაუბრება დემოკრატიული და სამართლიანი არჩევნებისთვის უმნიშვნელოვანეს კომპონენტზე, ნდობაზე რასაც მისივე აზრით ინტერაქტიულობა ამყარებს.

„მედიის როლი ინდოეთის საარჩევნო პოლიტიკაში: 2014 წლის საყოველთაო არჩევნების კვლევა“ - არანი ბასუ (Arani Basu)

საკვლევი თემატიკიდან გამომდინარე მნიშვნელოვანია ისეთი ულტრადემოკრატიული საარჩევნო კულტურის მქონე ქვეყნის შესწავლა, როგორც ინდოეთია. ნაშრომი სხვა ქვეყნების მაგალითებზე დაყრდნობით განიხილავს ინდოეთის ბოლო ორ ათწლეულის პერიოდს, რის განმავლობაში მედიის როლი პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ დისკურსში გადამწყვეტ ქვაკუთხედად იქცა.

ინდოეთი, სხვა სსამხრეთ აზიის ქვეყნების მსგავსად, სულ უფრო და უფრო ხდება გლობალური პოლიტიკის, ეკონომიკის და საზოგადოების განუყოფელი ნაწილი. ნაშრომის მიხედვით, ყურადღება მისაქცევია ის პარადოქსული ფაქტი, რომ ინდოეთი ერთის მხრივ სამხრეთ აზიის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ქვეყანა განვითარებად სტადიაზე ეკონომიკურ-საზოგადოებრივი კუთხით. განვითარებადი პროცესების მიუხედავად, ინდოეთი სამხრეთ აზიის ქვეყნებს შორის ყველაზე დიდი მედია ინდუსტრიით გამოირჩევა. ჩვენი საკვლევი თემატიკიდან გამომდინარე მნიშვნელოვანია ნაშრომში ყურადღება გავამახვილოთ იმ მოცემულობაზე, რომ ინდოეთი გამორჩეულია მედიის როლით არჩევნების შესწავლის პროცესში.

ნაშრომი შესწავლილია 2014 წლის, ინდოეთში ჩატარებულ საყოველთაო არჩევნების მაგალითზე და განხილულია მედიის შუამოვლობითი როლი საარჩევნო პროცესსა და ელექტორატს შორის. კვლევითი ინტერესებიდან გამომდინარე შესწავლილია წინა საარჩევნო პერიოდში მედიის მიერ გაშუქებული ინფორმაციული სიახლეები და მათზე დაკვირვებით გამოვლინდა ამომრჩევლის რეზონანსული დამოკიდებულება.

კვლევის მიხედვით მედია განხილულია სოციალურ ინსტიტუტად და აანალიზებს მის სხვადასხვა მახასიათებელ ეფექტს სხვა ინსტიტუციებთან მიმართებაში, როგორცაა პოლიტიკა, მმართველი ხელისუფლება და ელექტორატი. ნაშრომში ავტორი ამტკიცებს, „რომ მედიის როლი სახელმწიფოს და საზოგადოების მიმართ განუსაზღვრელია, ვინაიდან ამომრჩეველი სწორედ მედიის მიერ გავრცელებული ინფორმაციული პოლიტიკით იღებს გადაწყვეტილებას“ (Basu, 2016). ფაქტობრივად მედია ანგარიშვალდებულია ამომრჩეველთან, თუ რამდენად სწორხაზოვნად და კეთილსინდისიერად მიაწვდის მას ინფორმაციას. ნაშრომი მკვეთრად უსვამს ხაზს იმ მოცემულობას, რომ მედიის შიდა პოლიტიკა შესაძლებელია პირდაპირ არ იყოს განსაზღვრული სახელისუფლებო პარალელებით, თუმცა რიგ შემთხვევებში არ უნდა იყოს გამორიცხული ის ფაქტი, რომ მედია პოლიტიკური კამპანიის გვერდითი პროდუქტს წარმოადგენდეს. მედია ასევე ხელს უწყობს ელექტორატის

ინფორმირებულობას, არჩევნებამდე პოლიტიკური კომუნიკაციის გააქტიურებით ის ამომრჩეველს უბიძგებს მეტი ჩართულობისკენ და ახორციელებს მათ პოლიტიკური არჩევანის იდენტიფიკაციას. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მედია არის ამომრჩევლის პოლიტიკური აზრის მაფორმირებელი საშუალება და განსაკუთრებით პრესარჩევნო პერიოდში.

„არჩევნების გაშუქების სახელმძღვანელო ჟურნალისტებისთვის“

ექსპერტმა ჟან მარი კოუტმა მედიის განვითარების ფონდისთვის პროექტის „გამჭვირვალე და ანგარიშვალდებული მედია არჩევნებზე დემოკრატიული პრაქტიკის განმტკიცებისთვის“ ფარგლებში მოამზადა. სახელმძღვანელო, რომლის გამოცემაც საქართველოში ნიდერლანდების საელჩოს მხარდაჭერით გახდა შესაძლებელი, ეხმარება ჟურნალისტებს არჩევნების კვალიფიციურ გაშუქებაში, ასევე მედიასკოლების სტუდენტებს, საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით, გაიმდიდრონ თავიანთი ცოდნა არჩევნების გაშუქების საკითხებზე.

„საქართველოს 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა“

ნაშრომის მომზადა ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის ხელშეწყობით. კვლევაში კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრი (CRRC) აღწერს 2020 წელს საქართველოში ჩატარებულ საპრეზიდენტო არჩევნებს, მიმოიხილავს მედიის მიერ გაშუქებულ პროცესს და აკვირდება უცხოურ გავლენას, კომენტარებების შესწავლის ნიადაგზე. კვლევა ფაქტობრივად ორიენტირებულია ქართული მედიის დღის წესრიგზე, „ფრეიმინგსა“ და „გეითიფინგზე“, უცხოელ აქტორებსა და მათ დისკურსთან მიმართებაში.

მონიტორინგი ძირითადად მოიცავს 2020 წლის წინა საარჩევნო პერიოდს, 28 აგვისტოდან 7 ოქტომბრამდე. ნაშრომში შესწავლილია: რუსთავი 2, იმედი, მთავარი არხი, ფორმულა, ტვ პირველი, საზოგადოებრივი მაუწყებელი, აჭარის ტელევიზია, ობიექტივი, მაესტრო და პოსტ ტვ. ტელეკომპანიებზე დაკვირვებით გამოყოფილია მათი პოლიტიკური გადაცემები და მთავარი საინფორმაციო გამოშვება, რაც მოცემულ პერიოდში საკვლევი საარჩევნო პროცესის პირდაპირი გამოძახილია (ქარტია, 2021).

ნაშრომში გამოყენებულ იქნა კონტენტ ანალიზის რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევა. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდით, საკვლევ მედია სივრცეში, გამოიკვეთა უცხოელი და ქართველი პოლიტიკური აქტორების კომენტარებები და დისკურსი, მათი სიხშირე და ტონები. თვისებრივი კვლევის მეთოდით დაკვირვება მოხდა გაშუქების გვარობაზე, თუ როგორია მედიის მიერ აღქმული უცხოური გავლენები, რამდენად ხდება ინფორმაციული ბალანსის დარღვევა და ადგილი აქვს თუ არა კადრებით მანიპულირების მცდელობას.

ნაშრომში მნიშვნელოვანი დაკვირვების ქვეშაა მედიის მიერ გაშუქებული შემდეგი პოლიტიკური მოვლენები: ევროპარლამენტის ანგარიში, პრემიერ მინისტრის ვიზიტი ბრიუსელში, რიგი ქართული პარტიების რუსული დაფინანსება და სხვ.

საკვლევ პერიოდში, როგორც წინა საარჩევნო გარემოში, პოლიტიკური თოქშოუების გაშუქების დრო საგრძნობლად გაზრდილია, თუმცა უცხოელი აქტორების შესახებ დათმობილი დროის პროცენტული წილი იგივე რჩება. მოცემულ ნაშრომში მეტწილად გაშუქებული უცხოელი აქტორები ნატო, ევროკავშირი და რუსეთი იყვნენ. საანგარიშო პერიოდში წინ წამოიწია რუსული პოლიტიკის განხილვამ, როგორ მმართველი აპარატის, ისე ოპოზიციური სპექტრის მხრიდან. მთავარი პოლიტიკური ნარატივი ემსახურებოდა ოპონენტების მხრიდან, ერთანეთის მიმართ ბრალდებებს, რაც შინაარსობრივად რუსულ პოლიტიკასთან კავშირს მოიაზრებდა. ნაშრომში, უცხოელი აქტორების განხილვის ნიადაგზე, გამოიკვეთა მედიური პოლარიზება და მათი პოლიტიკური პარალელები სხვადასხვა პოლიტიკური კამპანიების მიმართ.

The Role of Mass Communication in the Electoral Process of Ultra-Democratic Countries

Giorgi Gogokhia

Doctoral student of mass communication doctoral educational program, Caucasus International University; e-mail: giorgi.gogokhia.1@ciu.edu.ge

Abstract

The fundamental prerequisites of democracy encompass freedom of speech and opinion expression, a high degree of pluralism, and equitable elections. According to sociological research, the quality of democratic processes within a nation is contingent upon public awareness.

Enhancing the electorate's awareness through media channels is pivotal, underscoring the necessity to examine the media's role within contemporary electoral frameworks. The media emerges as a mechanism for shaping public opinion, thereby exerting significant influence on socio-political matters, including electoral processes.

This research delineates the media's functions concerning electoral issues, its interaction with the audience, and its societal impact.

The paper aims to analyze the experiences of various countries regarding media engagement in electoral systems. Key words: elections, media, mass communication, democracy, pluralism.