

ქართული მედიის შუქ-ჩრდილები

ნატო ონიანი

ალტე უნივერსიტეტი

ფილოლოგიის დოქტორი, პროფესორი

Nato Oniani

Alte University

Doctor of Philology, Professor

DOI: <https://doi.org/10.52340/gbsab.2023.01.02.02>

საკვანძო სიტყვები: რეალობის ასახვა, გაუცხოება, მედიის დღის წესრიგი, მედია გზავნილი, პროფესიული სტანდარტები, რეგიონული პრობლემები.

საქართველოს დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდგომ ქართულმა მედიამ სერიოზული ტრანსფორმირება განიცადა. ეს მოსალოდნელიც იყო და გარდაუვალიც. მედია უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს საზოგადოების პოლიტიკურ ცხოვრებაში და არა მხოლოდ გავლენას ახდენს, არამედ უშუალოდ მონაწილეობს პოლიტიკური დღის წესრიგის შექმნაში.

მედიის მიმართ არსებული უმთავრესი მოთხოვნა რეალობის ობიექტური და ადეკვატური ასახვა იყო. მას სარკის ფუნქცია უნდა შეესრულებია საზოგადოების ცხოვრებაში, გარემო უნდა აესახა, რეალობის რეალური სურათი უნდა შეექმნა. პოსტმოდერნისტულმა ეპოქამ მედიის ფუნქციაც შეცვალა და ამოცანებიც. მედია

დიდი ხანია, თავად ქმნის პარალელურ, ვირტუალურ რეალობას და თავადვე ახდენს იმგვარი, ხშირად კვაზირეალობის კონსტრუირებას, რომელიც თავად სურს, რომელიც მის ინტერესშია და რომელიც ხშირად არ, ან ნაწილობრივ ემთხვევა რეალობას.

მედია ქმნის პოლიტიკურ გზავნილებს, რომელიც რეზონანსულია და იმის მიუხედავად, რომ ხშირად ორივე მხარემ, მედიამაც და მომხმარებელმაც ზუსტად იციან, რომ გზავნილი სიცრუეა, ამით მისი მნიშვნელობა არ მცირდება, რადგან თამაშის უკვე ჩამოყალიბებული, შეთანხმებული და დამკვიდრებული წესები ფეიკ-ნიუსის არსებობას არ გამორიცხავს, მეტიც, გულისხმობს კიდევაც. ზოგჯერ ფეიკ-ნიუსი გაცილებით რეზონანსულია, ვიდრე რეალური ახალი ამბავი. თუმცა, თამაშის დამკვიდრებულ წესებს ერთი უხერხულობა მაინც ახლავს თან: მედია მის მიმართ ნდობით გამსჭვალულ მომხმარებელს კარგავს, რადგან ხშირ შემთხვევაში, ეს უკანასკნელი მედია კონტენტთან საკუთარი ინტერესების იდენტიფიცირებას ვერ ახდენს. განსაკუთრებით ეს ტელევიზიას ეხება, საიდანაც დიდი ხანია, გაქრა რიგითი ადამიანი მისი პრობლემებითა და სათქმელით და მისი ადგილი მედიის მიერვე შექმნილმა პერსონებმა დაიკავეს. თავდაპირველად მომხმარებელი ამგვარი მედია-ჰიბრიდების მიმართ ინტერესს იჩენს, თუმცა, ეს ინტერესიც მალევე ნელდება და ტელემედიასა და მომხმარებელს შორის აღმართული კედელიც სულ უფრო სქელდება და მყარდება, ასეა, როცა მედია შენს ინტერესებს არ გამოხატავს, შენს სათქმელს არ ამბობს და მეინსტრიმს საკუთარი ინტერესებით ქმნის.

დღეს ქართული მედიის გეოგრაფია მეტწილად რამდენიმე მისამართით შემოიფარგლება: სახელმწიფო კანცელარია, პარლამენტი, რუსთაველის გამზირი, „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ ოფისები, პრეზიდენტის სასახლე. შესაბამისად ირჩევა მედია პერსონებიც, პლიუს მასკულტურის (და არა კულტურის!) რამდენიმე სახე. ასე რომ, თუკი ჩვენი რეალობის არმცოდნე ადამიანი ქართულ ტელემედიას 2-3 დღის მანძილზე დააკვირდება, დარჩება შთაბეჭდილება, რომ საქართველო არის ქვეყანა, რომელსაც აქვს ერთადერთი ქალაქი - თბილისი, ერთი

გამზირი, რომელზეც, მედიის პოლიტიკური ინტერესიდან გამომდინარე, ხან 1500 დემონსტრანტი ეტევა და ხანაც 150.000, ქვეყანაში ცხოვრობენ მხოლოდ პოლიტიკური პერსონები და შოუ-ბიზნესის წარმომადგენლები, რომლებიც მხოლოდ პოლიტიკური დებატებით არიან დაკავებულნი. სხვა აქ არავინაა, არც ახალგაზრდა, არც პენსიონერი, არც გლეხი, არც სტუდენტი და საერთოდაც, სხვა არც არაფერი ხდება.

ყველაფერთან ერთად, გაუცხოების პრობლემას ისიც აღრმავებს, რომ მედიაპერსონები, ძირითადად, წარმატებული ან „წარმატებული“, ცნობადი ადამიანები არიან, მათ საკუთარი საფიხვნო აქვთ, საკუთარი წრე და ინტერესები, სადაც რიგითი სტატისტიკური ადამიანი თავს ზედმეტად გრძნობს, მას იქ არაფერი ესაქმება. აქედან გამომდინარე, გაუცხოების ხარისხიც იზრდება და ჩნდება არასრულფასოვნების კომპლექსიც, როცა გგონია, რომ შენც მათნაირი უნდა იყო, ხოლო თუ ეს ასე არაა, ეს მხოლოდ შენი, ე.წ. ლუზერის პრობლემაა, შენი ნაკლია.

მედიის მიერ შექმნილი დღის წესრიგი რეალობას მეტწილად აცდენილია. ხოლო თუკი თემატური დამთხვევა მაინც ხდება, მაშინ აცდენილია პოზიციონირების აქცენტები. დავიწყებთ უმთავრესით - ესაა ტერიტორიული მთლიანობის თემა, რომელიც წლების მანძილზე ყველაზე ცხელი და აქტუალური იყო და რომელიც თანდათან ქართული ტელემედიიდან გაქრა. უფრო სწორად, შეიცვალა მისი პოზიციონირების აქცენტები და სიხშირე. ქართულ მედიას აფხაზეთის თემა ახსენდება მხოლოდ ომის დაწყების ან სოხუმის დაცემის წლისთავზე, სხვა შემთხვევებში კმაყოფილდება მოლაპარაკებების თაობაზე მომზადებული სიუჟეტებით. ბოლო ხანს სოციალურ მედიაში გამოიკვეთა აფხაზი ბლოგერების თბილისის მიმართ კეთილგანწყობილი გამონათქვამები. ტელემედია დიდად არც ამ თემით დაინტერესდა.

იმ თაობებისთვის, ვისაც აფხაზეთთან ცოცხალი შეხება ჰქონდათ, იგი მედიაპროპაგანდის გარეშეც მტკივნეული თემაა, ახალგაზრდებისთვის კი სოხუმიცა და ცხინვალიც ის ტერიტორიებია, რომლის პოზიციონირებასაც მედია მხოლოდ

უარყოფით კონტექსტში ახდენს. კერძოდ, ეს ის ტერიტორიებია, სადაც: დავმარცხდით, წავაგეთ ომი; დაიღუპა, აწამეს, გააუპატიურეს, გამოდევნეს, ათიათასობით ჩვენი თანამემამულე; გვყავს უამრავი დევნილი, რომლებსაც პატრონობა სჭირდებათ, ცხოვრობენ უმძიმეს პირობებში და პერიოდულად აპროტესტებენ ამას; ადგილზე დარჩენილები უკანონო საზღვრის გადმოკვეთისას იღუპებიან, მათ აიძულებენ, აიღონ რუსული პასპორტები; აფხაზებსა და ოსებს სურთ რუსეთთან შეერთება და ვპულვართ ჩვენ, ანადგურებენ ქართულ ეკლესიამონასტრებს; რუსები პერიოდულად ახორციელებენ მცოცავ ოკუპაციას, ქართველ მოქალაქეებს ატყვევებენ და იღებენ გამოსასყიდს, მათ ფიზიკურად უსწორდებიან (ტატუნაშვილი, ოთხოზორია); ხელისუფლება კი უძლურია; გაყინულ კონფლიქტებს რუსეთი იყენებს ჩვენზე ზეწოლისთვის; მოლაპარაკებებში რუსებს ხისტი პოზიცია უკავიათ, დასავლეთი, საერთაშორისო ორგანიზაციები კი უძლურნი არიან და მხოლოდ შეშფოთებით რეაგირებენ და ა.შ.

რასაკვირველია, მედია განსხვავებულ რეალობას ამ მხრივ ვერ შექმნის, ის რეაგირებს მოვლენებზე, თუმცა, თუკი გვსურს, რომ ეს რეგიონები ჩვენს აღქმაში დროებით დაკარგულის, ე.ი. დაბრუნების პერსპექტივის იდეას მოიცავდეს, მედია მეტად უნდა იყოს დაინტერესებული განსხვავებულ კონტექსტებში მისი მოხსენიებით, იქნება ეს ჩვენი საერთო ისტორია აფხაზებთან და ოსებთან, კულტურული კავშირები, განსხვავებული შეხედულებების მქონე ადამიანების ხედვების ხშირი ტირაჟირება და ა.შ. შექმნილ ვითარებაში პოზიტიური ნოტების ძიება, რასაკვირველია, რთულია, მაგრამ მედიის ყურადღების მიღმა არ უნდა დარჩეს ისეთი ფაქტები, როგორებიცაა სამკურნალოდ ჩამოსული აფხაზები, აფხაზეთსა და ცხინვალში არსებული გაუსამლისი კრიმინალური ვითარება, უმძიმესი სოციალური ფონი, ნარკომანიის ბუმი, განსხვავებულად მოაზროვნე აფხაზები და ოსები, რომლებიც ქართველებთან საერთო ენის გამონახვას ცდილობენ და სხვა. ამგვარი ინფორმაციების მიღება და საერთოდ, ორივე რეგიონის შესახებ ცნობების მოპოვება დღეს, 21-ე საუკუნეში, ინტერნეტის ეპოქაში, რთული არ უნდა იყოს. მეტიც, თუკი

გარკვეული ტიპის სიღრმისეული კვლევები ჩატარდება (ეს უკვე მედიამკვლევრებს ეხებათ), თუნდაც, რუსული ცენზურა გავლილი აფხაზეთისა და ცხინვალის მედიიდანაც კი შეიძლება რეალურთან მიახლოებული სურათის მიღება. ამ ტიპის მუშაობა აუცილებელია, რადგან დაკარგულ ტერიტორიებს მუსიკალური კლიპებით ვერ დავიბრუნებთ. აქვე, მედიის დიდი ნასწილის სასახელოდ უნდა ითქვას, რომ არ აპყვენ აფხაზეთსა და ცხინვალში შექრის პროვოკაციულ და სრულიად უპასუხისმგებლო მოწოდებებს.

აფხაზეთი და ცხინვალი ყველაზე ნათელი მაგალითია იმისა, თუ რას ნიშნავს რუსეთის ინტერესების არეალში მოხვედრა - რეალურად, საომარი მოქმედებების დასრულების შემდეგ იქ არც არაფერი გაკეთებულა, რომ აღარაფერი ვთქვათ მუდმივ პოლიტიკურ არასტაბილურობაზე. თავად რუსული მედიაც კი ზოგჯერ იძულებულია, აჩვენოს იქ არსებული ვითარება: მოშლილი ინფრასტრუქტურა, ტურისტებისთვის შეუფერებლად მაღალი ფასები, მომსახურების დაბალი ხარისხი, სიცოცხლისთვის რისკის შემცველი გასართობები და სხვა.

ამ თვალსაზრისით, კონტროპროპაგანდას წარმატებულად ეწევა რუსული მედია, რომელიც ახალი თაობის მაყურებლის წარმოდგენაში ახდენს იმ აზრის გენერირებას, რომ მაგ., აფხაზეთი დამოუკიდებელი სახელმწიფოა. ანუ, თემა ის კი არაა, რომ ცუდმა ქართველებმა აფხაზეთი აიძულეს, რუსეთის კალთის ქვეშ ეძებნათ თავშესაფარი (აღრე ამგვარი ნარატივი იყო), არამედ აფხაზეთი ცალკე არსებული სახელმწიფოა, საქართველოსთან ყოველგვარი შეხების გარეშე, საქართველოსთან საერთო კონტექსტის გარეშე. მიზანი გასაგებია, ახალმა თაობამ აფხაზეთი არა სადავო, არამედ დამოუკიდებელ ქვეყნად უნდა აღიქვას

მედია თითქმის, არ ინტერესდება რეგიონების ცხოვრებით. რეგიონი ჩნდება მხოლოდ მაშინ, თუკი ის პოლიტიკური დაპირისპირების, ყოფითი კონფლიქტის, სტიქიის ან კრიმინალის ადგილია. მედიასივრციდან თანდათან დაიკარგნენ ამა თუ იმ სფეროს სპეციალისტები, მეცნიერები, ხელოვანები, ახალგაზრდები საკუთარი

პრობლემებითა და სათქმელით. მედიამ დაკარგა საზოგადოებისთვის აქტუალური და მწვავე პრობლემების ხედვის უნარი და მათი ასახვის სიღრმე. მაგალითად, თითქმის, ყველა არხზეა გადაცემები მედიცინაზე, მაგრამ მედია არ საუბრობს და არ იმჩნევს ისეთ უმწვავეს პრობლემებს, როგორებიცაა ნარკომანია, ლოთობა, ლუდომანია. ეს თემები მხოლოდ რაიმე კრიმინალურ ფაქტთან ბმაში შუქდება, ზედაპირულად და ფასადურად.

მედიის დიდ ნაწილს არ აინტერესებს სოციალური თემები. სამაგიეროდ, ყოველ გამოშვებაში გააშუქებს აქციას, რომელზეც, მაგალითად, სასმელი წყლის მიუწოდებლობისთვის სოფლის გამგებლის გადადგომას ითხოვენ. მედია არ ინტერესდება იმით, თუ როგორ ემზადება ქვეყანა ახალი ტურისტული სეზონისთვის. სამაგიეროდ, რამდენიმე დღე გააშუქებს ტურისტის მოწამვლის სკანდალურ ფაქტს. მედია არ აშუქებს უსაშველოდ გაზრდილ საბანკო პროცენტებს, სამაგიეროდ, აქტიურად გააშუქებს ბანკის ვალის გადაუხდელობის გამო საცხოვრებლიდან გამოდევნილი ოჯახის ტრაგედიას. მედია პრობლემების ფართო დიაპაზონში დანახვის, მათი განზოგადების, სიღრმეებში წვდომის ნაცვლად, სწრაფი რეაგირების საშუალებად იქცა - საუბრობს მხოლოდ შედეგებზე და ისიც - ზედაპირულად, ებრძვის შედეგს და არა მიზეზს, იცავს კონკრეტული ადამიანის და არა ათასობით ადამიანის უფლებებს. ამ ტიპის თემებსაც მედია ხშირად, განსხვავებული აქცენტებით აშუქებს. თუკი დაპირისპირებული მედიასაშუალებების პროდუქტს განვიხილავთ, ნათელი ხდება, რომ მედია აღარ არის სარკე, რომელიც ფაქტს ირეკლავს, დაპირისპირებული მედიები დიამეტრალურად განსხვავებულად ასახავენ ერთსა და იმავე ფაქტს.

ზოგადად, ქვეყნის იმიჯის პოზიციონირება პირდაპირ ბმაშია კონკრეტული მედიის პოლიტიკურ ინტერესთან. რასაკვირველია, მედიამ ახალი ინფორმაცია, მოვლენა უნდა გააშუქოს (პირიქით, ერთ-ერთი პრეტენზია სწორედ ისაა, რომ მედია მხოლოდ მისთვის და არა ინფორმაციის მომხმრებლისთვის საინტერესო მოვლენებს აშუქებს მხოლოდ), მაგრამ ეს არ უნდა ხდებოდეს რეალობის დამახინჯებითა და

იმგვარი კონტექსტით, რომელიც საბოლოოდ, უფრო მეტად აზიანებს პროცესს. პოლიტიკური კონფლიქტი ქართული მედიის ყველაზე საყვარელი თემაა. მედია არა მხოლოდ აშუქებს, არამედ ხშირად, აქტორის როლსაც ასრულებს ქვეყნის პოლიტიკურ პროცესებში. ასე მოხდა რამდენჯერმე და ვფიქრობთ, ეს მაინცა და მაინც დადებითი პრაქტიკა ქართული მედიისთვის არ უნდა იყოს. რაც შეეხება პოლიტიკურ კონფლიქტებს, რომლებსაც ხან კრიზისად წარმოგვიდგენენ და ხან კატასტროფებად - ამ შემთხვევებშიც, მედია, იშვიათი გამონაკლისის გარდა, ძირითადად, პოლიტიკურ აქტორთა ერთმანეთზე მიქსევითაა დაკავებული, „თქვენზე მავანმა ეს განაცხადა, თქვენ რას უპასუხებთ“ - ასეთია სქემა. მედია არ (თუ ვერ) შედის სიღრმეებში, არ ინტერესდება კონტექსტით.

ცალკე საუბრის თემაა საერთაშორისო პოლიტიკის საკითხები, რაც ქართულ მედიას, იშვიათი გამონაკლისის გარდა, ზოგადად, არც აინტერესებს. განსაკუთრებით ეს ეხება რუსეთთან დაკავშირებულ თემატიკას, როცა მეზობელი და მტრულად განწყობილი, ოკუპანტი სახელმწიფოს პოლიტიკური ისტებლიშმენტის 3-4 წარმომადგენელს იცნობენ მხოლოდ. განსაკუთრებით თვალსაჩინოდ ეს რუსეთ-უკრაინის ომის პერიპეტიების ასახვისას გამოჩნდა, როცა შექმნილმა ვითარებამ მოითხოვა საზოგადოდ, საერთაშორისო პოლიტიკაში, რუსეთის პოლიტიკაში, საერთაშორისო ორგანიზაციების ფუნქციებში გარკვევის აუცილებლობა. აქვე უნდა აღინიშნოს ის ისტერიული ტონი, რასაც ქართული მედიის უმრავლესობა იყენებდა რუსეთის აგრესიის პირველ თვეებში. მათგან განსახვავებით, უკრაინელი ჟურნალისტები მაშინაც კი ახერხებდნენ პროფესიული სიმშვიდის შენარჩუნებას, როცა, პირდაპირი მნიშვნელობით, ბობმები ეცემოდათ. მათი გაწონსაწორებული ტონი, ზოგჯერ ღიმილიც კი, გაცილებით ადეკვატურად გამოიყურებოდა. საზოგადოდ, ისტერიულ-კატეგორიული ტონი და აგრესია მედიის ერთ-ერთ იარაღად იქცა, რაც საზოგადოებაზეც აირეკლება, მოგვიანებით კი, თავად მედიასვე უბრუნდება ბუმერანგივით.

იგივე შეიძლება ითქვას რეგიონულ პრობლემებზეც. მაგალითად, ჩვენი რეგიონისთვის უმნიშვნელოვანესი იყო ყარაბაღის პროცესი, რომელმაც ისე ჩაიარა, რომ ჩვენი ჟურნალისტები, ძირითადად, სტატისტიკების ფუნქციით ამოიწურნენ. არადა, გარდა უშუალო მეზობლობისა, ყარაბაღმა ნათლად გამოავლინა ამ ტიპის პროცესებისადმი ახლებური მიდგომების მცდელობა და რაც არანაკლებ საყურადღებოა, აჩვენა რუსეთის დამოკიდებულება რეგიონში პოლიტიკურად ყველაზე სანდო პარტნიორის, სომხეთის მიმართ, გააძლიერა თურქეთის, როგორც რეგიონული მოთამაშის ფუნქცია, რაც, სავარაუდოდ, კიდევ უფრო შეცვლის პოლიტიკურ ლანდშაფტს სომხეთშიც და კავკასიაშიც.

კვლავ რუსეთ-უკრაინის ომის თემას დავუბრუნდებით, რომელიც ნებისმიერი შედეგის მიუხედავად, საფუძვლიანად შეცვლის მსოფლიო პოლიტიკის კონტურებს. უკვე დღეს ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ მსოფლიო ვეღარ იქნება ისეთი, როგორც იყო, რომ ორპოლუსიანობა დასრულდა და ა.შ.. რუსეთ-უკრაინის ომმა შეცვალა ევროპის, როგორც პოლიტიკური აქტორის როლი, უფრო მკვეთრად წარმოაჩინა ჩინეთის მზარდი გავლენები და ა.შ. ამ საყოველთაო და რადიკალური ცვლილებების ფონზე, ქართული მედია უმეტესად მაინც შიდა პოლიტიკურ/„პოლიტიკურ“ პროცესებზეა ორიენტირებული. მისთვის უფრო მნიშვნელოვანია, რას ფიქრობს რომელიმე პოლიტიკური აქტორი მეორეზე, ვიდრე ის ტექტონიკური ძვრები, რაც ახალი მსოფლიო წესრიგის კონტურებს კვეთს და სადაც ჩვენმა ქვეყანამ საკუთარი ადგილი თუ ვერ იპოვა, ბორტს მიღმა აღმოვჩნდებით. ჩვენ კი ჯერ კიდევ ამერიკა-რუსეთი-ევროპის სამკუთხედში ვრჩებით. მომხმარებლის რეაქციაც შესაბამისია - უმეტესობა ინტერნეტ საიტებს ამჯობინებს და არც თავად ტელემედიის მომხმარებლის პოზიციებია ერთმნიშვნელოვანი. რამდენიმე ხნის წინ ჩატარებული კვლევის შედეგად, მედიის მომხმარებლები საკუთარი დამოკიდებულებების დიფერენცირებას ახდენენ. ჩვენ სამი, სრულიად განსხვავებული პასუხი მივიღეთ კითხვებზე: 1. რომელ ტელევიზიას უყურებთ ყველაზე ხშირად? 2. რომელი არხი მოგწონთ? 3. რომელ არხს ენდობით? გამოკითხვის შედეგებმა თვალნათლივ აჩვენა,

რომ არხის ხშირად ყურება მის რეიტინგთან პირდაპირ კავშირში არ არის და არც ნდობის პირდაპირპროპორციულია.

ქართულ მედიას დღეს კრიტიკა არ აკლია (პროფესიულ კრიტიკას არ ვგულისხმობთ). მედიას აკრიტიკებს ხელისუფლებაც და ოპოზიციაც, მომხმარებელიც და ისიც, ვინც ფაქტობრივად, მედიაპროდუქტს არ მოიხმარს. ჟურნალისტები პოლიტიკური აქტორების ფუნქციას ითავსებენ, რაც თანაბრად აზიანებს როგორც მედიის, როგორც ობიექტური გამშუქებლის ავტორიტეტს, ისე პოლიტიკურ პროცესს, რადგან მისი ასახვა პოლიტიკური სიმკათიების გათვალისწინებით ხდება.

საზოგადოდ, ჩვენში მედიის მიმართ დამოკიდებულებას კონკრეტული პირის პოლიტიკური გემოვნება განსაზღვრავს - თუკი მედიის პოლიტიკური კურსი მომხმარებლის პოლიტიკური გემოვნებას ემთხვევა, ის მოსწონთ, თუ არა - არ მოსწონთ. ასევე, არ მოსწონთ მეტ-ნაკლებად ნეიტრალური მედიაც. ასე რომ, როცა მედიის მიმართ კრიტიკულები ვართ, არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ მის კონტენტს ბაზრის მოთხოვნები განსაზღვრავს, ანუ პოლიტიკურად ანგაჟირებული მედიის არსებობას მომხმარებლის დაკვეთა განაპირობებს, ჰქონდეს პოლიტიკურად ანგაჟირებული მედია. ამდენად, მედია საზოგადოების მოთხოვნების ანარეკლია და ისეთივე პოლარიზებული, როგორც თანამედროვე ქართული საზოგადოება. თუმცა, დღეს უკვე ძნელი სათქმელია, მედია ითვალისწინებს საზოგადოების მოთხოვნებს თუ პირიქით, მედიის დამსახურებაა საზოგადოების პოლიტიკური პოლარიზება.

ბიბლიოგრაფია:

1. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, საქართველოს 2021 წლის მუნიციპალური არჩევნების მედიაში გამშუქების კვლევა. სატელევიზიო ახალი ამბების პოსტ-საარჩევნო მონიტორინგის ანგარიში

https://drive.google.com/file/d/1rM4PnU9b6Hhe1K8NZp_JbfFovwKrxeco/view

2. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, საქართველოს 2021 წლის მუნიციპალური არჩევნების მედიაში გაშუქების კვლევა. სატელევიზიო ტოქშოუების მონიტორინგის ანგარიში

https://drive.google.com/file/d/1_PCndPbTiqb_jTQFrSxNvnnfW7Y5NF01/view

3. ნინო შოშიტაშვილი, ტელემედიის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა პოსტრევოლუციურ (2003-2009) საქართველოში, დისერტაცია, თსუ, 2010 წ.

https://old.tsu.ge/data/file_db/faculty_social_political/soc%20nino%20shoshita.pdf

4. რჩევები უკრაინაში ომის გაშუქებისთვის,

<https://www.mediachecker.ge/ka/resursebi/article/91249-rchevebi-ukrainashi-omis-gashugebisthvis>

რეზიუმე

საქართველოს დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდგომ ქართულმა მედიამ სერიოზული ტრანსფორმირება განიცადა. მედიის მიმართ არსებული უმთავრესი მოთხოვნა რეალობის ობიექტური და ადეკვატური ასახვა იყო. დღეს მედია თავად ქმნის პარალელურ, ვირტუალურ რეალობას, თავად ქმნის პოლიტიკურ გზავნილებს, რომელიც რეზონანსულია

მედია საზოგადოების მოთხოვნების ანარეკლია და ისეთივე პოლარიზებული, როგორც თანამედროვე ქართული საზოგადოება. თუმცა, დღეს უკვე ძნელი სათქმელია, მედია ითვალისწინებს საზოგადოების მოთხოვნებს თუ პირიქით, მედიის დამსახურებაა საზოგადოების პოლიტიკური პოლარიზება.

Rezume

After the independence of Georgia, the Georgian media underwent a serious transformation. The main demand for the media was an objective and adequate reflection of reality. Today, the media itself creates a parallel, virtual reality, itself creates political messages that resonate.

Media is a reflection of society's demands and is as polarized as modern Georgian society. However, today it is already difficult to say whether the media takes into account the demands of the society or, on the contrary, the political polarization of the society is due to the media.