



**„საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯი და მისი ფორმირების თავისებურებები პოლარიზებულ  
მედიაველში“**

**ლუკა ტუღუში**

**თორნიკე ელაშვილი**

პოლიტიკის მეცნიერების საბაკალავრო პროგრამა

სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

E-mail: [luka.tugushi478@sps.tsu.edu.ge](mailto:luka.tugushi478@sps.tsu.edu.ge)

E-mail: [tornike.elashvili312@sps.tsu.edu.ge](mailto:tornike.elashvili312@sps.tsu.edu.ge)

## აბსტრაქტი

ზოგადად, დიდი მნიშვნელობა აქვს პრეზიდენტის ინსტიტუტსა და მის იმიჯს. დროთა განმავლობაში, იცვლება პრეზიდენტის პოლიტიკური იმიჯი, რომლის მოდიფიცირებაში მედიის როლი გამორჩეულია. მას შემდეგ, რაც უკრაინა-რუსეთის ომი დაიწყო, ამ თემასთან დაკავშირებით გაკეთებული კომენტარების კვალად სალომე ზურაბიშვილის იმიჯი საგრძნობლად შეიცვალა. შექმნილმა გარემო პირობებმა დიდი გავლენა იქონია პრეზიდენტის იმიჯზე. რუსეთ-უკრაინის ომის დროს, როცა მნიშვნელოვანი იყო საქართველოს პოზიცია საერთაშორისო ასპარეზზე. ისეთი რეიტინგული ტელეარხები, როგორებიცაა: „იმედი“, „ფორმულა“, „საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ გამოირჩევიან ერთი და იმავე ამბის განსხვავებული გაშუქების სპეციფიკით, რაც, მოქმედებს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე. ჩვენი კვლევის მიზანია, საქართველოში არსებულ პოლარიზებულ მედიასივრცეში არსებულ რეიტინგულ ტელევიზიებზე დაკვირვებით დავადგინოთ, თუ როგორ წარმოაჩენს და რა როლი აქვს მედიას იმიჯის ფორმირება - კორექტირებაში. თეორიულ ჩარჩოდ ვიყენებთ მედიის დღის წესრიგის თეორიას, რომლითაც განისაზღვრება ტაქტიკა, რასაც მედია იყენებს პოლიტიკოსის იმიჯის ფორმირებისას. შევიმუშავებთ საკვლევი კითხვები, კვლევის მეთოდად შევარჩიეთ თვისებრივი კონტენტ-ანალიზი, კერძოდ, შემთხვევის ანალიზი და ნახევრადსტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუ. შემთხვევის ანალიზის საშუალებით ემპირიულად შევისწავლეთ კონკრეტული მაგალითები ქართული მედიასივრციდან. შერჩეულ რესპონდენტებთან (დარგის სპეციალისტები, ექსპერტები და ჟურნალისტები) სიღრმისეული ინტერვიუს მეთოდი დაგვეხმარა კვლევის ფარგლებში გაანალიზებული შემთხვევებისა და ზოგადად, საკვლევი საკითხის ირგვლივ დამატებითი ინფორმაციის მიღებაში. რელევანტური სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვის საფუძველზე, ვიკვლიეთ პრეზიდენტის იმიჯის ცვლილებას რუსეთ-უკრაინის ომის კონტექსტში, საბოლოოდ, კვლევის შედეგებმა ცხადყო, რომ საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯი სხვადასხვა ტელეარხზე განსხვავებულად წარმოჩნდა იმისდა მიხედვით, თუ რა პოლიტიკას ატარებს არხი და რამდენად ვლინდება მასში პოლიტიკური პარალელიზმი.

**საკვანძო სიტყვები:** პრეზიდენტი, პოლარიზება, მედიაველი, საქართველო, იმიჯი.

## შესავალი

საქართველოს პრეზიდენტის როლი, იმისდა მიუხედავად, რომ მცირე უფლებები აქვს და მისი ძალაუფლება კონსტიტუციურად შეზღუდულია მაინც მნიშვნელოვანი და აქტუალურია. საქართველოში დიდი ყურადღება ექცევა პრეზიდენტის იმიჯს. მისი ყურადღება განპირობებულია, აგრეთვე, იმით, რომ იგი არის პირველი ქალი პრეზიდენტი. საქართველოს პირველი პირის იმიჯი ძალზე მნიშვნელოვანია უსაფრთხოების მხრივაც. 1918 წლიდან საქართველო მუდმივად ცდილობს, რომ ქალთა ჩართულობა პოლიტიკაში გაიზარდოს. საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯი კი პირდაპირ განაპირობებს ხალხის განწყობას ამ საკითხისადმი, თუმცა პოლარიზებული პოლიტიკური მდგომარეობა ამას ხელს უშლის, რამაც შეიძლება სხვადასხვა შედეგი გამოიწვიოს. ეს ხელშემშლელი ფაქტორები კი ქვეყნის უსაფრთხოებასაც უქმნის საფრთხეს, რადგან პრეზიდენტის უსაფრთხოება პირდაპირ კავშირშია ქვეყანასთან.

მას შემდეგ რაც 2022 წლის 24 თებერვალს რუსეთი უკრაინაში შეიჭრა მსოფლიო ამ თემამზე ალაპარაკდა. გამონაკლისი არც საქართველოა და ამ მნიშვნელოვან მოვლენასთან პირდაპირ კავშირშია ჩვენი ქვეყანაც, რადგან ჩვენ გეოპოლიტიკურად ახლოს ვართ აღნიშნულ ქვეყნებთან. ამ ომთან დაკავშირებით საქართველოს პირველი პირის კომენტარები აქტიურად მუქდებოდა/მუქდება მედიაველში. ციფრული ეპოქის გამო კომუნიკაციის საშუალები ძალიან მნიშვნელოვანი ხდება და მასზე დამოკიდებული პრეზიდენტის იმიჯის ჩამოყალიბება, რადგან საზოგადოება ინფორმაციას სწორედ მასმედიიდან იღებს. ზოგადად მნიშვნელოვანი მოვლენების დროს ხალხის ყურადღება უფრო გადადის პრეზიდენტის თითოეულ განცხადებასა თუ სიტყვაზე. ამაზე კი პირდაპირ მოქმედებს მედიაველი. ამას ადასტურებს ის, რომ პრეზიდენტის მიერ დაფიქსირებულმა პოზიციამ, რომელიც აქტიურად ვრცელდებოდა პოლარიზებულ მედიაველში, ძალზე შეცვალა მის მიმართ დამოკიდებულება. იმის გამო, რომ სხვადასხვა მედია პრეზიდენტის პოზიციას სხვადასხვა კონტექსტში აშუქებდა მისი იმიჯიც საგრძობლად იცვლებოდა, ეს განაპირობა რუსეთ-უკრაინის ომმა და შემდგომ მედიის მიერ სხვადასხვა კონტექსტში ინფორმაციის გაშუქებამ, რაც მეტად მოქმედებს პრეზიდენტის იმიჯზე. მედიის ძირითადი ფუნქცია არის ის, რომ გააძლიეროს სამოქალაქო საზოგადოება, ადამიანებს მიაწოდოს ობიექტურად ინფორმაცია ჩარევის გარეშე. მედიას ხშირად ეძახიან „დიდ არბიტრს“, „მოთხე ხელისუფლებას“. რაც შეეხება საქართველოს, მედია შუამავალია პოლიტიკოსებსა და საზოგადოებას შორის, რაც ვრცელდება აგრეთვე პრეზიდენტზეც. მედიასაშუალებების მიმართ ნდობა დღეს საქართველოში დაბალია, მისი პოლარიზების გამო, რაც ვლინდება საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯის ფორმირების შემთხვევებშიც. რუსეთ-უკრაინის ომის შემდგომ მეტად გაიზარდა მედიის როლი საქართველოში, სწორედ მასზე იყო დამოკიდებული პრეზიდენტის იმიჯიც. ეს ყველაფერი კი საქართველოს პრეზიდენტის უსაფრთხოებაზე მოქმედებს, და პირდაპირ განაპირობებს ქვეყნის უსაფრთხოებასა და საგარეო მდგომარეობასაც, შესაბამისად, კარგი იქნებოდა დაბალანსებული ყოფილიყო მედიასაშუალებები და ინფორმაცია ვრცელდებოდა უფრო ობიექტურად.

## მეთოდოლოგია

კვლევის მიზანია საქართველოში არსებულ პოლარიზებულ მედიასივრცეში რეიტინგულ ტელევიზიებზე დაკვირვებით დავადგინოთ და შევისწავლოთ თუ როგორ წარმოაჩენს და რა როლი აქვს მედიას სალომე ზურაბიშვილის იმიჯის ფორმირება - კორექტირებაში, რაც, შედეგად, საქართველოს ისტორიაში პირველი ქალი პრეზიდენტისადმი აუდიტორიის დამოკიდებულებას განსაზღვრავს. წარმოჩნდეს, რამდენად არის უსაფრთხო აღნიშნული პოლიტიკური და მედიაგარემო როგორც პრეზიდენტის ინსტიტუტის ფუნქციონირებისთვის, ისე - თავად პრეზიდენტისთვის. შესაბამისად, კვლევის კითხვებიც შემდგენიერად ჩამოყალიბდა:

- რა არის განმაპირობებელი ფაქტორები იმისა, რომ საქართველოს პრეზიდენტმა ცალკეულ საკითხებთან მიმართებით პოზიცია შეიცვალა პოსტის დაკავებიდან გარკვეული დროის შემდეგ ?
- რამდენად განსხვავებულია დასაკვირვებლად შერჩეული ტელემედიების მხრიდან პრეზიდენტის პოზიციის გაშუქების სტილი?

- რა გავლენას ახდენს გაშუქების თავისებურება საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯის ფორმირებაზე?
- რამდენად არის საფრთხისშემცველი პოლარიზებული პოლიტიკური მედიაველი ქვეყნის ქალი პრეზიდენტისთვის და ხომ არ უწყობს ხელს გენდერული უთანასწორობის გაღვივებას?

კვლევის მეთოდად გამოყენებულია თვისებრივი კვლევის მეთოდები, კერძოდ, შემთხვევის ანალიზი და ნახევრადსტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუ. შემთხვევის ანალიზის საშუალებით ემპირიულად შესწავლილ იქნა კონკრეტული მაგალითები ქართული მედია სივრციდან. შერჩეულ რესპონდენტებთან სიღრმისეული ინტერვიუს მეთოდი დაგვეხმარა კვლევის ფარგლებში გაანალიზებული შემთხვევებისა და ზოგადად, საკვლევი საკითხის ირგვლივ დამატებითი ინფორმაციის მიღებაში.

### ლიტერატურის მიმოხილვა

პოლიტიკურ ცხოვრებაში ჩართვისთანავე, ყველა პოლიტიკოსი უნდა იაზრებდეს, რომ იმიჯი არის ის მთავარი იარაღი, რითაც მან უნდა მოიპოვოს საზოგადოების კეთილგანწყობა, თუმცა იმთავითვე გასაგებია, რომ სწორედ საზოგადოებას აქვს უდიდესი როლი პოლიტიკოსის იმიჯის ფორმირებაზე. თუკი გადავხედავთ მსოფლიო მაგალითებს, მარტივად მივხვდებით, რომ პოლიტიკოსთა კარიერაში სწორედ იმიჯმა და მისმა ფორმირების თავისებურებებმა იქონია უდიდესი გავლენა მათ სამომავლო საქმიანობაზე. საზოგადოება მრავალფეროვან კულტურულ, ეთნიკურ თუ რელიგიურ ჯგუფებადაა დაყოფილი, სწორედ ამიტომ, პოლიტიკოსები უდიდესი გამონგვევის წინაშე დგებიან, რადგან მათი ვალია, მოერგონ უმრავლესობის ინტერესებს და ასე აიმაღლონ ავტორიტეტი მათ თვალში.

პოლიტიკოსის იმიჯი პოლიტიკური მოვლენის მიზანმიმართულად მოდიფიცირებული სახეა, რომელიც სხვადასხვა მიზნითაა მოწოდებული, რათა ამომრჩეველსა და ზოგადად საზოგადოებაზე ემოციურ - ფსიქოლოგიური გავლენა იქონიოს (სოციალურ და პოლიტიკურ ტერმინთა ლექსიკონი, 2004).

პოლიტიკოსები საჯარო ფიგურები არიან, შესაბამისად, მათ სიტყვას უდიდესი მნიშვნელობა და ძალა აქვს, მაგრამ ისმის კითხვა, რამდენად შეძლებენ ისინი ყოველ ჯერზე სწორად მიიტანონ თავიანთი სათქმელი საზოგადოების ყურამდე. საბოლოო ჯამში, მათ გაითავისეს, რომ იმიჯზე დადებითად მოქმედებს მედიასივრცეში დადებით კონტექსტში განთავსებული ინფორმაციები. ამას ადასტურებს ბალკინი, “პოლიტიკოსთა უმრავლესობა ტელევიზიის გამოყენებას ცდილობს, რათა გაზარდონ მხარდაჭერთა რიცხვი, რაც მათი აზრით საუკეთესო გზაა მოშალონ საზღვრები პირად წარმომადგენლებსა და საჯარო ფიგურებს/პირებს შორის” (Balkin, 1999:398).

იმისათვის რომ, პოლიტიკოსებმა მოიპოვონ ადამიანთა კეთილგანწყობა და დამატებითი ფასეულობები, მათი მხრიდან საჭიროა ქმედითუნიანი და შედეგების მომტანი ნაბიჯების განხორციელება. უმნიშვნელოვანესია ამ დროს გავითვალისწინოთ მასმედიის როლი, რადგან სწორედ მასმედიაა შუამავალი საზოგადოებასა და პოლიტიკოსს შორის, ერთი შეხედვითაც ფაქტია, რომ სწორედ მან უნდა იტვირთოს უდიდესი პასუხისმგებლობა საზოგადოებისადმი, რომელიც,

თავის მხრივ, მის სამართლიანობასა და ობიექტურობაში უნდა ვლინდებოდეს. ჩვენ შეგვიძლია მრავალი მეცნიერისა და პოლიტოლოგის აზრი მოვისმინოთ მედიისა და პოლიტიკური პროცესების ურთიერთობაზე, რომ უფრო გამჭვირვალე გახდეს თუ რაოდენ დიდი გავლენა აქვთ მათ ერთმანეთზე. ადამიანები ყოველდღიურად ვგრძნობთ, რომ იცვლება პოლიტიკური დღის წესრიგი, ამინდი და სიტუაცია, ცნობილი მეცნიერების მაკკომბისა და შოუს თქმით, მასმედიას მცირე გავლენა უნდა ჰქონდეს დამოკიდებულებების მიმართებაზე, თუმცა იქვე დასძინენ, რომ მედიაა სწორედ ის, რაც პოლიტიკური კამპანიისთვის დღის წესრიგებს ქმნის და აყალიბებს (McCombs, Shaw, 1972:177).

აქვე აღსანიშნი ფაქტია, რომ პოლიტიკოსთა იმიჯზე არა მარტო, მათი პოლიტიკური საქმიანობა ახდენს გავლენას, არამედ მათ ირგვლივ არსებული გარემო-პირობები. შესაძლოა, ვთქვათ, რომ არსებული გარემო-პირობები მათ ერთგვარ “გამოცდად” ევლინებათ, რადგან სწორედ ამ ვითარებებში გაკეთებული განცხადებები მოქმედებენ მათ იმიჯზე და შესაბამისად ესაა მიზეზი ფორმირებისა. ამიტომ, პოლიტიკურ ფიგურებს ყოველ ჯერზე უნდა ჰქონდეთ გათავისებული ასეთი სიტუაციების მნიშვნელობა.

ძალზე ყურადსაღები ფაქტია, რომ უკ სეგელა თავის ნაშრომში “ხმებზე ნადირობის ნაციონალური თავისებურებანი” ახსენებს ზიგმუნდ ფროიდსაც, რომლის აზრითაც, იმიჯის ეფექტურობა ძალზე მნიშვნელოვანია პოლიტიკოსისთვის, ვინაიდან, სწორედ ეფექტურობა განსაზღვრავს რამდენად მოახერხებს იგი წარუშლელი კვალი დატოვოს ადამიანთა მეხსიერებაში (სეგელა, 2010).

აქედან გამომდინარე, რთული სათქმელი არ უნდა იყოს, რომ პოლიტიკოსთა იმიჯზე უდიდესი გავლენა აქვს მათ პოლიტიკურ ნაბიჯებსა და, რა თქმა უნდა, მასმედიაში გავრცელებულ ინფორმაციებს. ეს უკანასკნელი კი კიდევ უფრო ყურადსაღებია მაშინ, როცა არსებული მედიაველი პოლარიზებულია.

### **საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯი და ფორმირების თავისებურებები საქართველოს სამი რეიტინგული არხის მაგალითზე**

უპირველეს ყოვლისა, კვლევისთვის შერჩეულ იქნა საქართველოში არსებული სამი ტელეარხი: „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“, ტელეკომპანია „ფორმულა“ და ტელეკომპანია „იმედი“. მოცემულ ტელეარხებზე არჩევანი შევაჩერეთ მათი რეიტინგულობის გამო, ვინაიდან დღესდღეობით სწორედ ზემოთხსენებული ტელეარხებისგან იღებენ მოქალაქეები ამა თუ იმ ინფორმაციას და შემთხვევითი ანალიზის საფუძველზე გამოვიტანეთ შემდეგნაირი დასკვნები.

ტელეკომპანია „ფორმულა“, 2019 წლიდან ფუნქციონირებს საქართველოში და მას შემდეგ იგი სხვა ტელეარხებთან ერთად აქტიურად აშუქებს სხვადასხვა ინფორმაციას, მათ შორის, ქვეყნის პირველი პირის, სალომე ზურაბიშვილის შესახებ. უნდა ითქვას, რომ აღნიშნული ტელევიზია ქვეყნის პრეზიდენტის შესახებ ძირითად შემთხვევაში უარყოფით კონტექსტში ავრცელებდა ინფორმაციებს. მას შემდეგ კი, რაც რუსეთ-უკრაინის ომი დაიწყო, შეიცვალა გაშუქების სტილიც და დამოკიდებულებაც. როგორც ვახსენეთ, ტელეკომპანია „ფორმულა“ რუსეთ-უკრაინის ომამდე სალომე ზურაბიშვილის პოზიციებს ძირითადად უარყოფით კონტექსტში აშუქებდა.

მაგალითისთვის, 2021 წლის 13 დეკემბერს მათ მიერ გამოქვეყნებულ სტატიაში „ფორმულა“ წერს, რომ სალომე ზურაბიშვილის ”სიტყვები სიტყვებად რჩება“ და თითქოს მის სიტყვას ძალა არ აქვს, ბუნებრივია, აქ ხაზი ესმევა პრეზიდენტის უარყოფით მხარეს. Formulanews.ge-ზე 2021 წლის 13 დეკემბერს გვხვდება სტატია ქალბატონი სალომეს შესახებ. სტატიაში წერია, რომ პრეზიდენტი სამი პრეზიდენტის შეხვედრის ინიციატივას ირონიულად მოიხსენიებს და აღნიშნულის შინაარსი ჩანს, ისე რომ სალომე ზურაბიშვილი ინიციატივას აგდებს და პოლარიზაციას ხელს უწყობს, ეს სტატია, რა თქმა უნდა, მის მიმართ ხალხის დადებით განწყობას ნამდვილად არ გამოიწვევს. Formulanews.ge 2021 წლის 8 დეკემბერს გამოქვეყნებულ სტატიაში კი ქალბატონ სალომეს ჟურნალისტების მიმართ ირონიაში ადანაშაულებენ და აგრეთვე სტატიაში აღნიშნულია, რომ პრეზიდენტი გაურბის სააკაშვილთან დაკავშირებით კითხვებზე პასუხს. ნიუსები, რომლებიც პრეზიდენტის შესახებ ვრცელდებოდა ომამდე, ძირითადად იყო უარყოფითი ხასიათის მატარებელი და დადებითი ხასიათის მქონე ინფორმაცია თითქმის არ გვხვდება. რუსეთ-უკრაინის ომის შემდგომ კი, აღნიშნული ტელეარხი პოზიციას იცვლის და ვრცელდება სალომე ზურაბიშვილის პოზიციები დადებით კონტექსტში. მაგალითად, 2022 წლის 15 მარტს კი ავრცელებენ ნიუსს, სადაც ქალბატონი სალომეს პოზიცია დადებით კონტექსტშია წარმოდგენილი. ის წარმოჩენილია მსხვერპლის როლში, რომელიც ებრძოლება „ქართულ ოცნებას“. არხის მიხედვით, ქართული ოცნების ბრალდებები ქალბატონი სალომეს მიმართ უსაფუძვლოა. ომამდე არ გვხვდებოდა ქალბატონი სალომეს მიმართ ნათქვამი დადებითი კომენტარები, თუმცა formulanews.ge 2022 წლის 14 მარტს აქვეყნებს სტატიას, სადაც მოცემულია ევროკავშირის ელჩის კარლ ჰარცელის კომენტარი, რომელიც პრეზიდენტს აქებს და ამბობს, რომ მისი გამოსვლა იყო მნიშვნელოვანი და შინაარსიანი. 2022 წლის 15 მარტს formulanews.ge ქალბატონი სალომეს მხარდასაჭერად აქვეყნებს დევიდ კრამერთან ინტერვიუს, სადაც დევიდი ამბობს - სასაცილოა ის ფაქტი, რომ ოცნება სალომე ზურაბიშვილს უპირისპირდება. მისი თქმით, პრეზიდენტი ცდილობს უკრაინას მხარი დაუჭიროს საქართველოს სახელით და იმის მაგივრად, რომ მთავრობამ ხელი შეუწყოს, პირიქით, ებრძვის. ომის შემდგომ არხის პოზიცია შეიცვალა და ქალბატონი სალომეს მიმართ უარყოფითი დამოკიდებულება ნაკლებად ჩანს.

გვაქვს საშუალება პრეზიდენტის იმიჯზე ვისაუბროთ ტელეკომპანია „იმედის“ მაგალითზე. ამ ტელევიზიის პოზიცია „ფორმულასგან“ განსხვავებით დადებითიდან უარყოფითისკენ იცვლება, ომამდე საქართველოს პრეზიდენტზე ვრცელდება ძირითადად პოზიტიური ამბები. მაგალითად, 2021 წლის 31 დეკემბერს ისინი აქვეყნებენ სტატიას imedinews.ge-ზე, სადაც ქალბატონი სალომე ამბობს, რომ მისი ამოცანაა ხვალინდელი დღისთვის ეროვნული თანხმობის გზის მოძებნა. imedinews.ge 2021 წლის 22 დეკემბერს აქვეყნებს შალვა პაპუაშვილის კომენტარს, მისი თქმით, ქალბატონ სალომეს „ნაციონალური მოძრაობა“ ეწინააღმდეგება და უარს ამბობს მის ინიციატივაზე, თვითონ ირაკლის კი მოსწონს ეს ინიციატივა. 2021 წლის 17 დეკემბერს კი imedinews.ge-ს სტატიაში მოცემულია ლევან ბეჟაშვილის კომენტარი ქალბატონი სალომეს შესახებ. მისი თქმით მოსწონს პრეზიდენტის მიერ დასახული გეგმა შერიგების შესახებ და აპირებს თანამშრომლობას. ამგვარი ინფორმაციები არაერთი ვრცელდებოდა ომამდე, რაც, ცალსახად დადებითად აისახებოდა პრეზიდენტის იმიჯზე. ომის შემდგომ კი „იმედი“ იწყებს სხვადასხვა პოლიტიკოსის მიერ უარყოფითი კომენტარების გამოქვეყნებას, რომელიც ეხება სალომე ზურაბიშვილს. მაგალითისთვის, პოლიტიკოსი ირაკლი ზარქუა აკრიტიკებს პრეზიდენტის ნათქვამს,

სადაც ქალბატონი სალომე ამბობს, რომ “რუსები ვაგონებით ჩამოდიან”. პოლიტიკოსი ირაკლი ზარქუა აფიქსირებს მოსაზრებას აღნიშნულ ფაქტთან დაკავშირებით, რომ პრეზიდენტი თავისი გაკეთებული განცხადებით ცდილობს „ნაცების“ ნარატივში ჩაჯდეს. შემდეგი კომენტარი, რომლის ავტორია მამუკა მდინარაძე, 2023 წლის 8 თებერვალს imedinews.ge-ზე აქვეყნებს, რომ ბატონი ირაკლის თქმით, იმის გამო, რომ პრეზიდენტის ხუმრობაზე „ნაცები“ იცინიან, ესე იგი მას ამაშიც პრობლემა აქვს, მას არ მოსწონს პრეზიდენტის ეს ფორმა და არაეთიკურსაც უწოდებს. 2023 წლის 8 თებერვალს კიდევ ერთი კომენტარია პრეზიდენტის მიმართებით, ამის ავტორი კი ეკა სეფაშვილია, მისი თქმით სალომე ზურაბიშვილის განცხადებები გაუგებარია, ის ამბობს, რომ ვერ მიიღებს ქალბატონი სალომეს მოწოდებას, მისი თქმით, თუ სალომე ზურაბიშვილი სააკაშვილს შეინყალებს ის დემოკრატიული გზიდან გადაუხვევს. შემდეგი სტატია, რომელიც 2023 წლის 8 თებერვალს imedinews.ge-ზე ქვეყნდება მიხეილ სარჯველაძის კომენტარს ეხება. ბატონი ირაკლის თქმით, პრეზიდენტისთვის საჭიროა, რომ კომენტარები მოზომოს. მისი თქმით ზურაბიშვილის კომენტარები არასერიოზულია და არ შეეფერება პრეზიდენტის განცხადებას. ხოლო შემდეგი imedinews.ge-ის 2023 წლის 28 იანვრის სტატია ნანა კაკაბაძის კომენტარს ეძღვნება. ქალბატონი ნანას თქმით ქალბატონი სალომე არაფერს აკეთებს იმის გარდა, რომ საყვედური თქვას ქვეყანაზე და ხმამაღლა იყვიროს, ის თითქოს ქართველების ინტერესს არ ატარებს.

„საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ ერთ-ერთი რეიტინგული არხია. მასზე განწყობა დიდად არ შეცვლილა, თუმცა დროთა განმავლობაში მცირე ცვლილებები მაინც შეიმჩნევა. მაგალითისთვის, ომამდე სალომე ზურაბიშვილის პოზიციები უკრაინისადმი უფრო მკაფიოდაა წარმოჩენილი და სოლიდარობაც შესამჩნევია. თუმცა, ომის დაწყების შემდგომ გამოქვეყნებულ სტატიებში განსხვავებული სტილი ჩანს. საზოგადოებრივი მაუწყებელი ძირითადად ნიუსებს ათავსებს „იმედის“ მსგავსად, სადაც პოლიტიკოსების კომენტარებია პრეზიდენტის შესახებ. მაგალითად, 2022 წლის 30 ნოემბრის Itv.ge-ზე გამოქვეყნებულ სტატიაში მოცემულია ირაკლი კობახიძის კომენტარი, სადაც ამბობს, რომ შეწყალება პრეზიდენტის პრეროგატივაა და იმედი აქვს, რომ ამ გადაწყვეტილებაზე არ შეაჩერებს არჩევანს. ასევე Itv.ge 2023 წლის 15 იანვარს აქვეყნებს რასა იუკნევიჩიანეს კომენტარს, რომელიც ამბობს რომ ქალბატონი სალომე ისტორიის არასწორ მხარეს დგას. ამგვარი შინაარსისაა Itv.ge-ს მიერ 30 დეკემბერს გამოქვეყნებული გია ვოლსკის კომენტარი, რომელიც ამბობს, რომ ქალბატონი სალომე იმ სისტემის ნაწილია, რომელიც „ნაციონალურმა მოძრაობამ“ შექმნა დესტაბილიზაციისთვისა და ხელისუფლების ძალისმიერი შეცვლისთვის. მაგალითად Itv.ge-ზე 2021 წლის 4 დეკემბერს გვხვდება სტატია სალომე ზურაბიშვილის განცხადების შეფასების შესახებ, რომელშიც პრეზიდენტი დადებითადაა წარმოჩენილი და მის სიტყვას მმართველი პარტია იწონებს. 2021 წლის 4 დეკემბერს Itv.ge აქვეყნებს სტატიას პრეზიდენტის მნიშვნელობის შესახებ, თამარ გაბუნას კომენტარის მიხედვით, საკოორდინაციო საბჭოზე ქალბატონი სალომეს დასწრება ძალზე მნიშვნელოვანია. 2021 წლის 3 დეკემბერს კი Itv.ge-ზე გვხვდება ქალბატონი სალომეს კომენტარი, მისი თქმით, არჩევნები ჩატარდა დემოკრატიულ და თავისუფალ გარემოში.

სამივე ტელეარხი ომამდე და ომის დაწყების შემდგომ იცვლის შეხედულებებს. „იმედმა“ და „ფორმულამ“ თითქოს გაცვალეს პოზიციები. თუ ომამდე საპირისპიროდ აშუქებდნენ ინფორმაციას ამ მოვლენის შემდეგ მათი გაშუქების სტილიც იცვლება, რაც ზრდის ქვეყანაში მედიის პოლარიზებას,

ასევე შემცირებულია ობიექტურობა, რაც ქვეყანას ხელს უშლის იმაში, რომ დემოკრატიზაციისაკენ აიღოს გეზი. ყველაზე ნეიტრალურ ტელეარხად მანაც „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ რჩება, რადგან მისი პოზიციის ცვლილება, დანარჩენი ორი არხისგან განსხვავებით რადიკალური არ არის, თუმცა ისიც არ შეიძლება ითქვას, რომ უცვლელი დარჩა არხის პოლიტიკა სალომე ზურაბიშვილის მიმართ. ეს პოლარიზება იწვევს ქვეყნის პირველი პირის იმიჯის არასწორად ფორმირებას, რადგან გაშუქებაზე მოქმედებს ცალკეული ფაქტორები და ის არაა გადმოცემული, ისე როგორც უნდა იყოს ობიექტურად.

### **რესპონდენტთა მოსაზრებები საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯის ფორმირებაზე**

გამოკითხულ იქნა ზემოხსენებული სამივე ტელეარხის ჟურნალისტები, საქართველოს მე-4 პრეზიდენტი და პოლიტოლოგი, ვინაიდან, მათ აზრს უდიდესი მნიშვნელობა ჰქონდა კვლევის პროცესში.

ტელეკომპანია „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ჟურნალისტი გიორგი გვიმრაძე ჩვენთან საუბრისას ამბობს, რომ პრეზიდენტის ინსტრუქტის მნიშვნელობა დღეს არის წარმომადგენლობითი. ჟურნალისტი პრეზიდენტს აღიქვამს არბიტრად. მისი აზრით, შეუძლებელია, რომ ნეიტრალური არბიტრის როლში მყოფი პრეზიდენტი ვინმეს მოსწონდეს, მანაც გადაიხრება ქვეყნის პირველი პირი რომელიმე მხარისკენ და ეს, რა თქმა უნდა, არ მოეწონება მეორე მხარეს. პირველი არხის ჟურნალისტი ფიქრობს, რომ ორივე მხარე უნდა იყოს ნეიტრალური მოდერატორი პოლიტიკურ ჯგუფებს შორის, ვინაიდან სწორედ ეს ქმნის პოლიტიკურ ამინდს. გვიმრაძის აზრით, სალომე ზურაბიშვილი დროულად ეხმიანება ქვეყნის შიგნითა და ქვეყნის გარეთ მიმდინარე მნიშვნელოვან მოვლენებს, მათ შორის, 24 თებერვალს მომხდარ ფაქტს. ის ინსტიტუციები კი, რომლებიც ეფუძნება ქვეყანას, კავშირშია ქვეყნის უსაფრთხოებასთანაც, ვინაიდან რა პოლიტიკაც ქვეყანას აქვს პრეზიდენტზეა დამოკიდებული და შემდგომ უკვე გარემოზე.

გიორგი გვიმრაძის თქმით, პრეზიდენტის ღირებულებები არ შეცვლილა, თუმცა ვინც მას აკრიტიკებდა, ანუ ოპოზიცია და მათი შეხედულებები საგრძნობლად შეიცვალა, რადგან ვხედავთ ფაქტებს თუ როგორ დადებითად და პოზიტიურად აშუქებენ ქვეყნის პრეზიდენტს რუსეთ-უკრაინის ომის დანწყების შემდგომ.

რუსეთ-უკრაინასთან ერთად პრეზიდენტის იმიჯის ფორმირებას, ქვეყნის შიდა პოლიტიკა განაპირობებს, ამ დაპირისპირებებში შეიძლება იყოს ის განმაპირობებელი ფაქტორები, რომლებიც ცვლის საზოგადოების აღქმას პრეზიდენტისადმი. ჟურნალისტი ეთანხმება მოსაზრებას, რომ პოლიტიკური პოლარიზება პრეზიდენტს უქმნის საფრთხეს და როცა მისი აზრი რომელიმე პარტიას ემთხვევა შემდეგ უკვე მედია უქმნის საფრთხეს პრეზიდენტის იმიჯს, ვინაიდან, პრეზიდენტის განცხადებებს ინტერპრეტირებულად გადმოცემას მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს და ხალხზეც თავისებურად მოქმედებს, ამის მიზეზად კი ის შეგვიძლია მივიჩნიოთ, რომ მედიასაშუალებები თვითონვე ირჩევენ ფორმებს, თუ როგორ გადმოსცენ ესა თუ ის ინფორმაცია და სწორედ ამიტომაც პოლარიზებულიც მედიაველი. თუ მედია თვლის, რომ ნეიტრალურია, ის



ირჩევს ნეიტრალიტეტს. ხშირად მედია წარმოდგენილია რომელიმე პოლიტიკური სუბიექტის წარმომადგენლად და ურთავს მის ნარატივებს და მათ სურვილებს. პოლიტიკოსები რამდენიმე მედიასაშუალებას ფლობენ. არსებობს საფრთხეები და განსხვავებული სირთულეები, რომლებიც ემუქრება პრეზიდენტს, მაგალითად, ასეთი შეიძლება იყოს გენდერი და დღესდღეობით აქტუალური, თუმცა პრობლემატური საკითხი, ქალების ჩართულობა პოლიტიკაში. იმის გამო, რომ სალომე ზურაბიშვილი პირველი პრეზიდენტია მასზე დიდი ყურადღებაა გადმოტანილი, თუ მისი იმიჯი პოლარიზების გამო უარყოფითად ჩამოყალიბდება, შეიძლება ქართველ მოსახლეობას ქალი მმართველის წარმოდგენაზე სკეპტიკური წარმოდგენა შეექმნას, მაგრამ იქვე აღნიშნავს, რომ ქალბატონი სალომეს შემთხვევაში გენდერი არ უნდა იყოს ხელის შემშლელი ფაქტორი და შესაბამისად ნაკლებად აქვს კავშირი ამ სირთულეებთან. მიუხედავად ამისა, გასათვალისწინებელია, რომ იმთავითვე საშიშია, როცა პრეზიდენტის წინააღმდეგ ინფორმაციული ომი ხორციელდება, რადგან ეს პირდაპირ თუ ირიბად ქვეყნის უსაფრთხოებაზეც და პოლიტიკურ ცხოვრებაზე აისახება. ამრიგად, ნათელია, როცა პრეზიდენტი არის რისკის ქვეშ, ეს აზიანებს ქვეყანასაც. ხოლო ჟურნალისტი იმიჯმეიქერებზე საუბრისას ამბობს, რომ პრეზიდენტზე სპეციალისტები, მისი აზრით, არ მუშაობენ, რადგან მის განცხადებებსა თუ პოზიციებში არ ჩანს მათი გავლენა.

ტელეკომპანია „ფორმულას“ ჟურნალისტი დავით ქაშიაშვილი ჩვენთან საუბრისას ამბობს, რომ იმისდა მიუხედავად, რომ პრეზიდენტს უფლებები შეზღუდული აქვს, მაინც დიდი მნიშვნელობა აქვს მას და სწორედ მასზეა მთელი ყურადღება გადატანილი, როცა მნიშვნელოვანი მოვლენები ხდება. მაგალითად, მისი აზრით, 24 თებერვლის შემდგომ, პრეზიდენტი უფრო ადეკვატური ხდება. იგი ერთ ვარიანტად უშვებს მოსაზრებას, რომლის მიხედვითაც, პრეზიდენტი მჭიდრო კავშირშია ხელისუფლებასთან და მათი ნარატივებითაც მოქმედებს. ტელეკომპანიის ჟურნალისტს არ მოსწონს სალომე ზურაბიშვილის პიარ-კამპანია, რადგან, როცა იგი არჩევნებში იღებდა მონაწილეობას, ივანიშვილისა და კობახიძის საარჩევნო ბანერებით ააჭრელეს საქართველოს რეგიონები. მისი პოზიციების ცვლილება განპირობებულია იმით, რომ იგი უფრო გამოცდილი და განათლებულია. ჟურნალისტის თქმით, პრეზიდენტმა იმიტომ შეიცვალა შეხედულება, რომ პარტია “ქართულმა ოცნებამ” მის წინააღმდეგ დაიწყო რიგი ღონისძიებების გატარება და აღნიშნავს, რომ ომამდე იგი ძალიან კრიტიკულად იყო განწყობილი სალომე ზურაბიშვილის მიმართ, თუმცა ომის შემდგომ მისი განწყობა და დამოკიდებულება შეიცვალა და ფიქრობს, რომ პრეზიდენტის ობიექტურმა განცხადებებმა განაპირობა შეხედულებების დადებითად განწყობა. ქაშიაშვილი თვლის, რომ ყველა ტელეარხს საკუთარი ინტერესი აქვს, ჩასაფრებულად მუშაობს და ჭეშმარიტებას არ ირკვევა, მაგალითისთვის, იგი ამბობს, რომ უკრაინა-რუსეთის ომის შემდგომ მის პოზიციას ხშირად ინტერპრეტირებულად სწორედ „იმედი“ გადმოსცემს.

„იმედის“ ჟურნალისტის ირაკლი ჩიხლაძის აზრით კი, კონსტიტუციით საქართველო საპარლამენტო რესპუბლიკაა და ჩვენ ეტაპობრივად მივიღვართ იქითკენ, რომ ქვეყანა სრულად გადავიდეს მმართველობის საპარლამენტო მოდელზე. ფიქრობს, რომ ჩვენი ქვეყნის ისტორიაში ის ეტაპია, როდესაც პრეზიდენტის ინსტიტუტს აქვს სიმბოლური დატვირთვა და ეს როლი კიდევ უფრო სიმბოლური იქნება 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნების შემდეგ, როდესაც საკონსტიტუციო ცვლილებები საბოლოოდ და სრულად შევა ძალაში. შესაბამისად, პრეზიდენტს

აღარ აირჩევენ პირდაპირი არჩევნების წესით. მისი თქმით, პრეზიდენტი ყოველთვის ცდილობს დროულად გამოეხმაუროს ქვეყნის შიგნით თუ საერთაშორისო მასშტაბით მიმდინარე პროცესებს. საჭიროების შემთხვევაში იგი აჟღერებს სახელმწიფოსა და ქართველი ხალხის პოზიციას. იგი თვლის, რომ ეს არაა პოზიციის ცვლილება, რადგან ერთია იყო დამოუკიდებელი პოლიტიკოსი და სულ სხვა პასუხისმგებლობაა იყო ქვეყნის პრეზიდენტი, დამოუკიდებელი არბიტრი და იმავდროულად წარმოადგენდეს ქვეყანას საერთაშორისო ასპარეზზე. ასეთ დროს ვერ მიიღებ გადაწყვეტილებებს, ვერ გააკეთებ განცხადებებს, ვერ დაიკავებ პოზიციას მხოლოდ შენი პოლიტიკური ინტერესებიდან გამომდინარე. ფიქრობს, რომ სწორედ ასეთ შემთხვევასთან გვაქვს საქმე. მისთვის ამ ეტაპზე და უახლოეს ხანებშიც პრეზიდენტის მხრიდან პოზიციების მეტ რადიკალიზაციას არ უნდა ველოდეთ, რადგან მას აქვს ძალიან დიდი დიპლომატიური გამოცდილება, ამას გარდა, ის ერთ-ერთია მათ შორის, ვინც ევრო რეკომენდაციების შესაბამისად მუდმივად საუბრობს პოლარიზაციის შემცირების აუცილებლობაზე. მისთვის ეს სულაც არ ყოფილა იმიჯის კორექტირება. ამის თქმის საშუალებას აძლევს ის, რომ მრავალი წელია თვალს ადევნებს მის პოლიტიკურ საქმიანობას. არ ჰგონია რუსეთთან დაკავშირებით მას შეეცვალოს შეხედულება. ის ყოველთვის ღიად აფიქსირებდა თავის აზრს, თანაც სწორედ სალომე ზურაბიშვილი იყო საქართველოს საგარეო საქმეთა ის მინისტრი, რომელმაც წარმატებით დაასრულა მოლაპარაკებები რუსეთთან საქართველოდან რუსული სამხედრო ბაზების გაყვანის შესახებ. ყოფილა შემთხვევები, როდესაც პრეზიდენტის განცხადებები მედიასაშუალებებს გაუშუქებიათ მათთვის სასურველი ინტერპრეტაციით, კონტექსტიდან ამოგლეჯილად ან არასრულად. ბუნებრივია, ეს არასასურველია და ინვესტ ხოლმე დიდ აჟიოტაჟს. ინფორმაციის ძალიან ბევრი ალტერნატიული წყაროა და შესაძლებელია მისი გადამონმება, თუმცა, იყო ბევრი ცრუ, ფეიკ ინფორმაცია, არასწორი და მისი იმიჯის დამაზიანებელი, რომლის გავრცელებაც მართლაც დაუშვებელია.

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი რესპონდენტი კვლევისას ქვეყნის მე-4 პრეზიდენტი გიორგი მარგველაშვილი გახლდათ. მისთვის პრეზიდენტის მნიშვნელობა ახლა ძალიან გაუფასურდა, ვინაიდან ჩამოერთვა რიგი უფლებები. მარგველაშვილი ფიქრობს, რომ, როცა თვითონ იყო ქვეყნის სათავეში, მას უფრო ბევრი უფლება ჰქონდა, ამის შემდგომ კი სიტუაცია საგრძნობლად შეიცვალა, რაც ქვეყანაზე, რა თქმა უნდა, უარყოფითად მოქმედებს და ფიქრობს, რომ ხალხისთვის დღესაც ძალიან მნიშვნელოვანია ქვეყნის პირველი პირის სახე.

იგი ეხმინება ფაქტს, რომ საქართველოს პრეზიდენტის იმიჯზე არა მარტო რუსეთ-უკრაინის ომი მოქმედებს, არამედ ყოფილი პრეზიდენტის შეწყობა/არ შეწყობის საკითხი და თვლის, რომ ეს უარყოფითად აისახება არა მარტო პრეზიდენტზე, არამედ დემოკრატიზაციის პროცესზე. მარგველაშვილი ფიქრობს, რომ მის იმიჯზე მედიას კი არ აქვს ძალიან დიდი გავლენა, არამედ იმ პოლიტიკას, რომელსაც ქვეყანაში ახორციელებს, თუმცა აღსანიშნი ფაქტია, რომ ხშირად მედია მაინც ინტერპრეტაციას უკეთებს სხვადასხვა ამბავს. საბოლოო ჯამში კი ქვეყნის ყოფილი პრეზიდენტი აღნიშნავს, იმიჯის ჩამოყალიბების პროცესში წამყვანი როლი მაინც პოლიტიკოსს უჭირავს. იგი იხსენებს თავის წარსულიდან, რომ იმიჯმეცხერების კულტურა საქართველოში არც თუ ისე სახარბიელოდ იკიდებს ფეხს, და ზოგადად, უარყოფითადაა განწყობილი, რომ პრეზიდენტზე მუშაობენ სპეციალისტები და აქვე თავისი გამოცდილებით აღნიშნავს, რომ მას არ დასჭირვებია

პრეზიდენტობის პერიოდში იმიჯმეიქერების დახმარება და თავადვე იღებდა გადაწყვეტილებებს როდესაც რაიმე გამონვევის წინაშე იდგა. გიორგი მარგველაშვილი არ თვლის, რომ გაპრეზიდენტების შემდგომ ქვეყნის პირველმა პირმა რადიკალურად უნდა შეიცვალოს თუნდაც ჩაცმულობა, რადგან ამ შემთხვევაში ხალხს უჩნდება კითხვები, თუ საიდან აქვს პრეზიდენტს შესაბამისი შესაძლებლობა, რაც ცუდად მოქმედებს მის პოლიტიკურ იმიჯზე. თუ პრეზიდენტს უნდა, რომ მასზე მედიამ არ იმოქმედოს და შესაბამისად გავლენაც ნაკლები ჰქონდეს, დროულად უნდა გამოეხმაუროს მიმდინარე პროცესებს და თვითონ დააფიქსიროს თავისი სათქმელი თუ მისი მიზანია, რომ პოლარიზებულმა მედიაველმა გავლენა არ იქონიოს მის პოლიტიკურ პორტრეტზე. საუბრისას მან ხაზი გაუსვა, რომ პრეზიდენტს, ყოველთვის აქვს უფლება თუ რაიმეს თქმა არ სურს ამაზე არ ისაუბროს და თავადვე მიიღოს გადაწყვეტილებები რისი თქმა სჯობს კონკრეტულ სიტუაციებში.

პოლიტოლოგი სანდრო ტაბატაძის აზრით, თანამედროვე რეალობაში, როცა საქართველო საპარლამენტო რესპუბლიკაა ქვეყნისთვის პრეზიდენტის ინსტიტუტს ცერემონიალური ფუნქცია და მნიშვნელობა აქვს. მიუხედავად ამისა, ვინაიდან სსრკ-ს დამლისა და დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ, ქვეყნის მოსახლეობამ პირდაპირი გზით 5 პრეზიდენტი საკმაოდ მაღალი ლეგიტიმაციით აირჩია, პრეზიდენტის იდეა მაინც ქვეყნის მეთაურთან და პირველ პირთან ასოცირდება. კონსტიტუციის მიხედვით, საქართველოს პრეზიდენტის უფლებამოსილებები საკმაოდ შეზღუდულია და ის მხოლოდ რამდენიმე არსებითი ფუნქციით შემოიფარგლება. მიუხედავად ამისა, ის ყველაზე მაღალი ლეგიტიმაციის პოლიტიკური პირია, რადგან მას ხმა მილიონზე მეტმა ადამიანმა მისცა, ამიტომ, მიუხედავად შეზღუდული უფლებებისა, ის მაინც პოლიტიკური პერსონაა. ამდენად, ზურაბიშვილის ნებისმიერი განცხადება პოლიტიკურ დღის წესრიგში დგება და განხილვის საგანი ხდება. რაც შეეხება მისი კომენტარებისა და შეფასებების დროულ გამოხმაურებასა და ადეკვატურობის შეფასებას, ეს საკმაოდ რთული საკითხია, რადგან, გააჩნია რა არის ამ ცვლადების საზომი - კანონმდებლობა თუ (ცვალებადი) პოლიტიკური გარემო. კანონმდებლობის მიხედვით, ის ალბათ იმაზე “მეტ” სფეროზე აკეთებს კომენტარებს, ვიდრე უფლებამოსილებები ვრცელდება. რაც შეეხება პოლიტიკურ გარემოს, ამ თვალსაზრისით, სამწუხაროდ, პრეზიდენტი არ ეხება ქვეყნისთვის მნიშვნელოვან პრობლემატიკას, მათ შორის განათლების ხარისხის მკვეთრ გაუარესებას, სიღარიბეს, უმუშევრობას, ახალგაზრდების მასობრივ ემიგრაციას და სხვა. მისი დიპლომატიური კარიერა და საკმარისი გამოცდილება იმის მისახვედრად, რომ ანტიდასავლური და რბილად ევროსკეპტიკური რიტორიკა საქართველოსნაირ ჰიბრიულ რეჟიმებში საკმაოდ “რთულად” მთავრდება და, როგორც წესი, კონსოლიდირებული ავტორიტარიზმის სახეს იღებს. ეს უკანასკნელი კი ნამდვილად არაა ის პოლიტიკური რეჟიმი, რომელში ცხოვრებაც მოქმედი პრეზიდენტისთვის (რესპუბლიკური საფრანგეთის ყოფილი დიპლომატისთვის) მოსაწონი ან მისაღებია. გარდა ამისა, ის მაინც არ “წვავს ხიდებს” და ცდილობს, რომ ერთგვარი დაბალანსებით ევროკავშირისა და ზოგადად, დასავლეთის პოლიტიკურ ელიტას დაანახოს, რომ პრეზიდენტი მკაფიოდ ემიჯნება ნებისმიერ ევროსკეპტიკურ განცხადებას და სრულად უჭერს მხარს უკრაინას, დეკლარირების დონეზე მაინც. ზურაბიშვილის საპრეზიდენტო ვადა 2024 წელს სრულდება, რაც, თავის მხრივ, მომავალ საპარლამენტო არჩევნებს ემთხვევა. თავის მხრივ, შემდგომი რადიკალიზაცია შესაძლოა ორ შემთხვევაში დაიწყოს. პირველი, თუ, სახელისუფლებო პოლიტიკური შეტყობინებები ამკარად ანტიდასავლური და ამდენადვე,

პრორუსული გახდა და მეორეც, თუ პოლიტიკური პოლარიზაცია იმდენად გაიზარდა წინასაარჩევნო პერიოდში, რომ მას უბრალოდ მიუკერძოებელი არბიტრის ფუნქციის შესრულება, აღარ შეეძლოს და “მხარე უნდა აირჩიოს” CRRC-ის გამოკითხვებმა ანახა, რომ როცა პრეზიდენტი მკაფიოდ გაემიჯნა ხელისუფლებას უკრაინის მხარდაჭერის საკითხში და მისი რიტორიკა გაცილებით უფრო მტკიცე იყო, ზურაბიშვილის საზოგადოებრივი მხარდაჭერა ერთიორად გაიზარდა, მათ შორის ოპოზიციის მომხრეებში. თუმცა, ბოლო პერიოდში მისი პოზიციები აღარაა ისეთი მკაფიო, განცხადებების რაოდენობა შემცირდა, ის ნაკლებად აქტიურობს სოციალურ ქსელებში. პროსახელისუფლებო მედიის წარმომადგენლები 2018-2020 წლებში ანუ მაშინ, როცა ზურაბიშვილი ქართულ ოცნებასთან აფილირებული იყო, მას წარმოადგენდნენ, როგორც დახვეწილ, დიპლომატ და მაღალი ერუდიციის მქონე ქალ პრეზიდენტს, ხოლო, ოპოზიციური ტელე და ონლაინმედია - ზურაბიშვილს ხელისუფლების მარიონეტად და ზოგიერთი მათგანი, რუსეთთან დაახლოვებულ პოლიტიკოსად სახავდნენ. თუმცა, მას შემდეგ, რაც ხელისუფლებამ პრეზიდენტის პოლიტიკისა და რიტორიკის კრიტიკა დაიწყო, როლები გაიკვალა. ოპოზიციური მედიის მიერ ზურაბიშვილის რეპრეზენტაცია ძირითადად მის ევროპულ გავლენებსა და დამოუკიდებლობას მოიცავს, ხოლო, სახელისუფლებო მედია პრეზიდენტს ჩამოუყალიბებელ, ცვალებადი ხასიათის მქონე და უუფლებო პირად წარმოაჩენენ.

ევროკავშირისა და გაეროს განვითარების პროგრამის მიერ ჩატარებულმა მედიამონიტორინგის ანგარიშმა აჩვენა, რომ ტელევიზიების მიკერძოება ჩანდა და არჩევნებზე ხშირად არასასურველ კანდიდატებს ტელევიზიები ნეგატიურად აშუქებენ. ამას კი მოყვებოდა ეთიკის დარღვევა. პოლიტიკურ პოლარიზაციაზე მოქმედებს ქვეყნის სოციალურ-პოლიტიკური მდგომარეობა, ისტორიული ფონი. პოლიტიკური პოლარიზება ვლინდება სხვადასხვა პარტიული ჯგუფის დაპირისპირებაში, რაც იწვევს მედიის პოლარიზებას. პოლიტიკის ინსტიტუტის დირექტორი კორნელი კაკაჩია ამბობს, რომ თუ დასავლეთში პოლარიზაციის განმაპირობებელი ფაქტორებია სოციალურ ეკონომიკური და პოლიტიკური მახასიათებლები, საქართველოში სხვა სიტუაციაა და აქ მხოლოდ პოლიტიკური პოლარიზაციაა, რაც უკავშირდება ალტერნატიული აზრის არ ქონას და ქარიზმატულ ლიდერებს. პოლიტოლოგი მეთიუ ლევენდუსკი ამტკიცებს, რომ თუ მედია პოლარიზებულია და საკითხს ცალმხრივად აშუქებენ და არ დაიცავენ ბალანსს ამით გავლენას მოახდენენ საზოგადოებაზე, რაც ვლინდება საქართველოს პირველი პირის შემთხვევაშიც. მკვლევრის მარკუს პრიორის აზრით კი, ამერიკაზე არ მოქმედებს მიკერძოებული მედიასაშუალებები და თუ მოქმედებს მხოლოდ მიკერძებულ ადამიანებზე ვრცელდება იგი. მედიამკვლევარი ნინო დანელიას აზრით, ამერიკასა და საქართველოს შორის ის განსხვავებაა, რომ ამერიკაში მედიაზე გავლენას ახდენს ბიზნესი, ხოლო საქართველოში მოქმედებს პოლიტიკასთან დაკავშირებული ბიზნესი. ხშირად ჟურნალისტები არიან პოლიტიკური გავლენის ქვეშ და ესაა მიზეზი იმისა, რომ ამბებიც არ შუქდება ობიექტურად.

## დასკვნა

პრეზიდენტმა, რიგი საკითხების მიმართ მართლაც იკვალა პოზიცია, პოსტის დაკავებიდან გარკვეული დროის შემდეგ, რის განმაპირობებელი ფაქტორიცაა დღევანდელი გარემო-პირობები, მათ შორის, ქვეყნის შიგნით მიმდინარე პოლიტიკური პოლარიზაცია თუ რუსეთ-უკრაინის ომი.

სალომე ზურაბიშვილის პოზიციების ცვლილება გამოიხატება იმაში, რომ იგი დიდ სოლიდარობას უცხადებდა უკრაინას, აკრიტიკებდა ხელისუფლებას, რამაც გამოიწვია მისი იმიჯის ფორმირება. კვლევის პროცესში აღებული სამი ტელეკომპანია ერთმანეთისგან სრულიად განსხვავებული სტილით აღწერს პრეზიდენტის პოზიციებს, თუმცა, რუსეთ-უკრაინის ომის შემდგომ, იცვლება მათი პოზიციები და დამოკიდებულება ქვეყნის პირველი პირისადმი, თუმცა არ ქრება მათ შორის პოლარიზება. პოლარიზება ჩანს იმაში, რომ მაგალითად პრეზიდენტის პოზიციების ცვლილებას სხვადასხვა ტელეარხზე მსგავსად კი არა, პირიქით, განსხვავებულად გადმოსცემენ, რაც იწვევს ფაქტების დამახინჯებასა და კიდევ უფრო მეტად იზრდება პოლარიზება.

კვლევისას ნათლად გამოჩნდა, რომ განსხვავებული სტილის მქონე, ტელეკომპანიების გაშუქების თავისებურებები, დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის პრეზიდენტის, ქალბატონი სალომე ზურაბიშვილის იმიჯზე, კერძოდ, იგი აისახება მასზე როგორც დადებით, ისე უარყოფით კონტექსტში, გააჩნია დროს, ტელევიზიასა და გარემოებას.

კვლევამ აჩვენა, რომ ტელევიზიების მიერ განსხვავებული სტილით გადმოცემული ინფორმაცია საფრთხის შემცველია ქალბატონი ზურაბიშვილისთვის, რადგან ნეგატიური გაშუქების სტილი ასუსტებს მის იმიჯს საზოგადოების თვალში და ზრდის პოლიტიკური პოლარიზების ხარისხს, რითაც საბოლოო ჯამში ზარალდება პრეზიდენტის იმიჯი, რაც თავის მხრივ, აზარალებს ქვეყანასაც.

მედიის პოლარიზება იზრდება და იგი არა არის დაბალანსებული, აგრეთვე ტელეარხები არ იცავენ ჟურნალისტურ სტანდარტებს. შეიძლება ითქვას, რომ „იმედი“, „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“ და „ფორმულა“ პრეზიდენტის შესახებ მოსახლეობას ერთიანი იმავე ინფორმაციას განსხვავებული სტილით, სხვადასხვა სურათს აწვდის.

**ბიბლიოგრაფია:**

1. Balkin, J., (1999). How Mass Media Simulate Political Transparency, Cultural Values Vol. 3 No. 4: 393-413
2. Bardes, B., Shelley II, M., Schmidt, St., (2008). American Government & Politics Today: The Essentials 2009-2010 Edition, Wadsworth CENGAGE Learning
3. Kerckmar, S., Kaufmann, R., (2011). Composition and Communication: Integrating Oral, Written, and Visual Literacy. Cengage Learning
4. McCombs, M., Shaw, D., (1972). Public Opinion Quarterly, Volume 36, Issue 2, Pages 176-187
5. Newsom D., VanSlyke Turk J., Kruckeberg D., (2004). This Is PR – The Realities of Public Relations. Eighth Edition Wadsworth/Thomson Learning, Belmont, USA.
6. სოციალურ და პოლიტიკურ ტერმინთა ლექსიკონი-ცნობარი, (2004). თბილისი. „ლოგოს პრესი“
7. ქავთარაძე ლ., (2019), „მედია და პოლარიზაცია“ თბილისი,
8. შუბითიძე ვ., ბუცხრიკიძე ა., (2009). იმიჯოლოგია. თბილისი
9. ჩიხლაძე, ი., (პროდიუსერი). (2018). იმედის კვირა. [სატელევიზიო გადაცემა]. თბილისი: იმედი
10. ჭიჭიუძე ე. (2004) პოლიტიკა - “მასმედია და პოლიტიკური ბერკეტები”. თბილისი: „საქართველოს მაცნე“.