

2/28/2020

სახელმწიფოს სტრატეგიული თუ პარტიული კომუნიკაცია?

როგორ „ებრძვის“ თავდაცვის
სამინისტროს სტრატეგიული მტრულ
დუზინფორმაციას

მარიამ წიწკაშვილი

საქართველოს რეფორმების ასოციაცია



2018 წლის 2 ნოემბერს საქართველოს მთავრობის [გადაწყვეტილებით](#) ყველა სამინისტროში სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრუქტურული ერთეულების შექმნა დაიწყო. აღნიშნული ერთეულების შექმნის მიზნად ანტიდასავლური პროპაგანდის ზეგავლენის შემცირება, ქვეყნის ევროპული და ევროატლანტიკური ინტეგრაციის შესახებ მოსახლეობის ინფორმირების გაზრდა და ქვეყანაში ეფექტიანი, კოორდინირებული და პროაქტიური სტრატეგიული კომუნიკაციების სისტემის ჩამოყალიბება დასახელდა.

თავდაცვის სამინისტრო ის გამონაკლისი იყო, რომელმაც 2018 წლის მთავრობის გადაწყვეტილებამდეც, ამ მიმართულებით სტრუქტურული ცვლილებები განახორციელა. 2015 წლის 13 აგვისტოს თავდაცვის მინისტრის, თინა ხიდაშელის [ბრძანებით](#), სამინისტროში სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი შეიქმნა და ის ცალკე სტრუქტურულ ქვედანაყოფად ჩამოყალიბდა. დეპარტამენტის ამოცანებად ნატოში ინტეგრაციისა და ალიანსთან თანამშრომლობის საკითხების, ასევე საქართველოს შეიარაღებულ ძალებში მიმდინარე პროცესების (რეფორმები, სწავლებები, ოფიციალური შეხვედრები, ვიზიტები და ა.შ.) შესახებ საზოგადოების ინფორმირება განისაზღვრა.

2016 წლის 23 სექტემბერს, თავდაცვის მინისტრმა ლევან იზორიამ „სამინისტროში რეორგანიზაციის განხორციელების [მიზეზით](#)“ [გააუქმა](#) სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის შესახებ 2015 წლის [ბრძანება](#). ამ გადაწყვეტილების შემდეგ, მინისტრმა სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი სამმართველოდ გადააკეთა და ახალ დეპარტამენტში, „სტრატეგიული კომუნიკაციებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტში“ გააერთიანა¹.

სტრატეგიული კომუნიკაციებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის გაერთიანებული დეპარტამენტის ამოცანებში შემდეგი საკითხები გამოიყო: NATO-ში ინტეგრაციისა და ალიანსთან თანამშრომლობის საკითხების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის გაზრდა; საკომუნიკაციო ინსტრუმენტების და პროდუქტების შემუშავება, საინფორმაციო კამპანიების უზრუნველყოფა, შესაბამისი მასალების მომზადება და გავრცელება; საზოგადოებასა და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებთან ურთიერთობა, მათ შორის, მედიის წარმომადგენლებისთვის პრესრელიზების, საინფორმაციო და ვიზუალური მასალების მომზადება და მასობრივი საინფორმაციო საშუალებებით გავრცელება.

¹ თავდაცვის ყოფილი მინისტრის, თინა ხიდაშელისა და თავდაცვის სტრატეგიული კომუნიკაციის დეპარტამენტის ყოფილი ხელმძღვანელის, გიორგი მოლოდინის შეფასებით, აღნიშნული ცვლილებით სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი შინაარსობრივი დატვირთვით ფაქტობრივად გაუქმდა.



თავდაცვის სამინისტრო ასევე ერთ-ერთი პირველი უწყება გახდა, რომელმაც 2017-2020 წლების თავდაცვის სტრატეგიული მიმოხილვის [დოკუმენტში](#) კრემლის „რბილი ძალის“ ინსტრუმენტები საქართველოს უსაფრთხოების გამოწვევად აღიარა. დოკუმენტის თანახმად, „კრემლი განსაკუთრებულ აქცენტს გააკეთებს „რბილი ძალის“ ელემენტების გაძლიერებაზე იმისათვის, რომ უზრუნველყოს სახელმწიფო ინსტიტუტების შესუსტება, პრო-რუსული საზოგადოებრივი და პოლიტიკური ჯგუფების გაძლიერება და მოახდინოს დასავლური საგარეო პოლიტიკური კურსის დისკრედიტაცია“.

თავდაცვის სამინისტროს 2017-2020 წლების საკომუნიკაციო [სტრატეგიაში](#) ასევე რუსეთიდან მომდინარე ჰიბრიდული საფრთხეებია გამოყოფილი: „საინფორმაციო სივრცეში მნიშვნელოვნად იზრდება პრორუსული და ევროატლანტიკური ინტეგრაციის მოწინააღმდეგე არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და მედიასაშუალებების რაოდენობა, რომელთა ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიზანს სახელმწიფო ინსტიტუტების, მათ შორის სამინისტროს დისკრედიტაცია წარმოადგენს, რომელიც ქვეყნის სუვერენიტეტის დაცვისა და ევროპულ და ევროატლანტიკური ინტეგრაციის მიმართულელებით ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი სახელმწიფო ინსტიტუტია“.

აღნიშნულთან საბრძოლველად, სამინისტრომ მიზნად ტრადიციულ მედიასთან (ტელევიზია, რადიო, გაზეთი) ერთად, სოციალური ქსელებისა (Facebook, Twitter) და ონლაინგამოცემების მეშვეობით მოსახლეობასთან პროაქტიური კომუნიკაცია დაისახა. ბუნებრივია, ამ ფუნქციების შესრულება სამინისტროს სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის ერთ-ერთი მთავარი მოვალეობაა.

მიუხედავად იმისა, რომ 2017 წლის საკომუნიკაციო სტრატეგია სოციალურ ქსელებში კომუნიკაციასაც გულისხმობდა, Facebook-ზე თავდაცვის სამინისტროს სტრატეგიის [გვერდი](#) მხოლოდ 2020 წლის 5 თებერვალს შეიქმნა. გვერდის აღწერაში მითითებულია, რომ თავდაცვის სამინისტროს სტრატეგიული კომუნიკაციებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ერთ-ერთი მთავარი მიზანი დეზინფორმაციასთან და ყალბ ახალ ამბებთან ბრძოლაა. აღნიშნული კი, თავდაცვის სამინისტროს სტრატეგიის გათვალისწინებით, სწორედ რუსული ჰიბრიდული საფრთხეებისა და მისი მავნე დეზინფორმაციული კამპანიების კონტექსტში ბრძოლას ნიშნავს.

ამ დროისთვის გვერდზე მხოლოდ 11 Facebook პოსტია გამოქვეყნებული. თავდაპირველი პოსტები ძირითადად [პროპაგანდის](#) და [დეზინფორმაციის](#) მშრალ განმარტებებს დაეთმო. ასევე, სტრატეგიის გვერდმა 18 თებერვალს გამოაქვეყნა დონალდ ტრამპის 2017 წლის [ტვიტი](#), სადაც ის ყალბი ამბების გამავრცელებელ მედიასაშუალებებზე წერს: „ყალბი ინფორმაციის გამავრცელებელი“



მედიასაშუალებები კონტროლს აღარ ექვემდებარებიან. ისინი ყველაფერს იზამენ და იტყვიან ყურადღების მისაქცევად“. ნაკლებ სავარაუდოა, რომ პრეზიდენტი ტრამპი ამ ტვიტში რუსულ დეზინფორმაციას [გულისხმობდა](#), თუმცა რომც ეგულისხმა, აღნიშნული გზავნილი რუსული პროპაგანდის წინააღმდეგ ქართული საზოგადოების მედეგობას რა კუთხით გაზრდიდა, გაუგებარია.

თავდაცვის სტრატეგიის ოფიციალურ Facebook გვერდზე 19 თებერვალს გამოქვეყნდა [ვიდეო რგოლი](#), რომელშიც თავდაცვის სამინისტრო ხელისუფლებისადმი კრიტიკულად განწყობილ მედიასაშუალებებს (მთავარი არხი, ტვ პირველი და ფორმულა) დეზინფორმაციის გავრცელებაში ადანაშაულებს. აღნიშნულმა მედიასაშუალებებმა ირაკლი ღარიბაშვილის მინისტრად დანიშვნის შემდეგ კომპანია „სერპანტინის“ მიერ მოგებულ სახელმწიფო ტენდერების რაოდენობის ზრდაზე ისაუბრეს. სიუჟეტები, თავის მხრივ, ეყრდნობოდა „საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს“ [კვლევას](#).

21 თებერვალს, სტრატეგიის გვერდმა კიდევ ერთი [ვიდეო](#) მასალა გამოაქვეყნა, სადაც უკვე მხოლოდ ტელეკომპანია მთავარს უპასუხა და მათ მიერ გაშუქებულ ამბავს ირაკლი ღარიბაშვილის ბაკურიანში, რეკრეაციულ ზონაში, მშენებარე სახლის შესახებ, ასევე დეზინფორმაცია უწოდა.

ამის პარალელურად, სტრატეგიის მიერ ამ დრომდე გამოქვეყნებულ მასალებში რუსეთიდან მომდინარე მტრულ დეზინფორმაციაზე არაფერი თქმულა. ეს იმის ფონზე, როდესაც საკუთარ სტრატეგიულ დოკუმენტებში თავდაცვის სამინისტრო რუსული დეზინფორმაციის ზრდაზე თავადვე საუბრობს. სამინისტროს მხრიდან სოციალურ ქსელში სტრატეგიული კომუნიკაციისას რუსულ დეზინფორმაციაზე არსაუბარი და მეორე მხრივ, პოლიტიკური მიზნებით ხელისუფლებისადმი კრიტიკული მედიის დეზინფორმატორებად გამოცხადება, საზოგადოების კიდევ უფრო მეტ პოლარიზებას იწვევს და საერთო არაფერი აქვს მტრული დეზინფორმაციის წინააღმდეგ მოსახლეობის იმუნიტეტის ზრდასთან. თავად მაუწყებლების მიერ გამოქვეყნებული მასალის დეზინფორმაციად შეფასების ნაწილიც სადავოა. მაგალითად, ევროკავშირის დეზინფორმაციის წინააღმდეგ შემუშავებული [სამოქმედო გეგმა](#) დეზინფორმაციის განმარტებაში არ გულისხმობს გაშუქებისას დაშვებულ შეცდომებსა და გამოკვეთილად მიკერძოებულ გაშუქებას. შესაბამისად, თავდაცვის სამინისტრო რომც თვლიდეს ზემოაღნიშნული მედიასაშუალებების სიუჟეტებს მიკერძოებულად, მათი დეზინფორმაციად შეფასება ევროკავშირის მიერ შემუშავებულ დეზინფორმაციის განმარტებაში არ ჯდება.

საქართველო წლებია რუსული მავნე ზეგავლენის სამიზნეა, რომელიც მისი მხრიდან სხვადასხვა პოლიტიკური, ეკონომიკური, კიბერ თუ სამხედრო ინსტრუმენტებით ხორციელდება. 20 თებერვალს ცნობილი გახდა, რომ 28 ოქტომბერს საქართველოს



წინააღმდეგ ფართომასშტაბიანი კიბერშეტევის უკან რუსეთის შეიარაღებული ძალების გენერალური შტაბის მთავარი სამმართველო [იდგა](#). მსგავსი მტრული ქმედებები მოსალოდნელია, რომ კიდევ უფრო გამწვავდება 2020 წლის არჩევნების კონტექსტში. ესტონეთის საგარეო სადაზვერვო სამსახურმა თავის [ანგარიშში](#) „საერთაშორისო უსაფრთხოება და ესტონეთი 2020“ განაცხადა, რომ რუსეთი 2020 წელს საქართველოს საპარლამენტო არჩევნებში, სავარაუდოდ, ჩაერევა. ამის საპირისპიროდ, თავდაცვის სამინისტროს სტრატეგიის Facebook გვერდზე გამოქვეყნებულ მასალებში ვერ მოხვდა პრორუსული და ანტიდასავლური დეზინფორმაციის მაგალითები, ვერც 28 ოქტომბრის კიბერშეტევაში გამოვლენილი „გრუს“ საქმიანობა. როგორც ჩანს, თავდაცვის სამინისტროს სტრატეგიისთვის ამ დრომდე მინისტრის „იმიჯზე“ ზრუნვა უფრო პრიორიტეტულია, ვიდრე რუსეთიდან მომდინარე გამოწვევებზე საზოგადოებასთან კომუნიკაცია.

რედაქტორის შენიშვნა: სტატიის თავდაპირველ ნაწილში თავდაცვის სამინისტროს სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრუქტურული ერთეულის შექმნის თარიღად მითითებული იყო 2016 წლის 23 სექტემბერი. მკითხველის შენიშვნის შემდეგ, სტატია განახლდა და დაზუსტდა, რომ სამინისტროში სტრატეგიის შექმნის თავდაპირველი გადაწყვეტილება თავდაცვის მინისტრის 2015 წლის 13 აგვისტოს ბრძანებით მოხდა. 2016 წლის 23 სექტემბერს სტრატეგიის დეპარტამენტი გაუქმდა და ის სამმართველოს სახით შევიდა „სტრატეგიული კომუნიკაციებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტში“. სტატიის განახლებულ ვერსიას ასევე დაემატა თავდაცვის ყოფილი მინისტრის, თინა ხიდაშელისა და თავდაცვის სტრატეგიის ხელმძღვანელის, გიორგი მოლოდინის შეფასება სქოლიოში.