

საქართველოს საპატრიარქოს
წმინდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტი
ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა სამართლის სკოლა (ფაკულტეტი)

თამარ ლომაძე

საზოგადოებრივ აზრზე სამეცნიერო ზემოქმედების კოგნიტური ასპექტები

სადოქტორო პროგრამა: ქართველური ენათმეცნიერება

სადისერტაციო ნაშრომი შესრულებულია ფილოლოგიის დოქტორის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

*სამეცნიერო ხელმძღვანელი: მანანა ტაბიძე,
ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი*

თბილისი

2016

შინაარსი

ანოტაცია	4
Annotation	6
წინასიტყვაობა	8
I თავი: ენა და პოლიტიკა	14
1.1. ენა და ძალაუფლება	14
1.2. პოლიტიკური დისკურსი	24
1.3. პოლიტიკური დისკურსის კვლევა საქართველოში	27
1.4. ენის როლი სოციალური რეალობის კონსტრუქციაში	33
1.5. დისკურსის ანალიზი	41
1.5.1. დისკურსის კვლევა თანამედროვე სამყაროში	41
1.5.2. კრიტიკული დისკურსის ანალიზი (კდა)	51
II თავი - პოლიტიკური მარკეტინგი და პიარი	60
2.1. პოლიტიკური მარკეტინგის ძირითადი მახასიათებლები	60
2.2. პოლიტიკური მარკეტინგი წარსულში და ახლა	64
2.3. პოლიტიკური მარკეტინგი და დემოკრატია	66
2.4. პოლიტიკური მარკეტინგი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში	68
2.5. პოლიტიკური მარკეტინგი და პროპაგანდა	72
2.6. პოლიტიკური მარკეტინგი და პიარი	75
2.7. პიარის ენობრივი თავისებურებები ქართულ სინამდვილეში	78
2.8. საქართველოში ჩატარებული არჩევნების მოკლე მიმოხილვა 1990 წლიდან დღემდე	83
III თავი - წინასაარჩევნო პოლიტიკური დისკურსის ლინგვისტური ანალიზი	88
3.1. მეტაფორები პოლიტიკურ დისკურსში	88

3.2. პოზიტიურ და ნეგატიურ ლექსიკურ მარკერთა მიზნობრივი გამოყენების საკითხი (პიროვნული ან პარტიული თვითრეკლამა და „სხვათა“ დაკნინება)	116
3.3. პოლიტიკოსთა საჯარო გამოსვლების ტექსტობრივი ანალიზი. ბიძინა ივანიშვილის 2012 წლის 28 მაისს თავისუფლების მოედანზე წარმოთქმული სიტყვისა და 1963 წლის 28 აგვისტოს მარტინ ლუთერ კინგის ცნობილ გამოსვლის ‘I Have a Dream’ ლინგვისტური ანალიზი	140
 დასკვნითი დებულებები	154
დამოწმებული ლიტერატურა	157
დანართი	166

ანოტაცია

სადისერტაციო ნაშრომი - „საზოგადოებრივ აზრზე სამეცნიერო ზემოქმედების კოგნიტური ასპექტები“ - წარმოადგენს პოლიტიკის, მარკეტინგისა და ენის ერთობლივ ანალიზს. კვლევა მოიცავს პოლიტიკური კომუნიკაციის, მარკეტინგული სტრატეგიებისა და დისკურსული პროცესების ანალიზს; ასევე, წინასაარჩევნო დისკურსის ანალიზის მიხედვით გამოვლენილ დასკვნებს. იმ ლექსიკური და რიტორიკული ხერხების ანალიზს, რომელთა გამოყენებითაც ცდილობდნენ პოლიტიკური პარტიები პოტენციური ამომრჩევლის გულის მოგებას და, შესაბამისად, არჩევნებში წარმატების მიღწევას.

ნაშრომის პირველ თავში განხილულია ენისა და ძალაუფლების ურთიერთმიმართების საკითხი, ძალაუფლების დისკურსის საშუალებით გატარების ხერხები.

საზოგადოების კონსტრუქციის თეორიას ლინგვისტური თვალსაზრისით თუ განვიხილავთ, ენა სოციალური რეალობის ყალიბის შესაქმნელ საშუალებადც შეიძლება მივიჩნიოთ. თანამედროვე სამყაროში სულ უფრო აქტუალური ხდება პოლიტიკური ტექსტების კვლევა. ანალიზებზე სხვადასხვა რანგის პოლიტიკურ მოღვაწეთა გამოსვლებს, დებატებს, წინასაარჩევნო პროპაგანდასა და სხვა ტიპის პოლიტიკურ ტექსტებს. ამგვარი ტექსტების მთავარი მიზანი, როგორც წესი, საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებაა, რაც ბევრ შემთხვევაში ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებადც შეიძლება კვალიფიცირდეს. კრიტიკული დისკურსის ანალიზი კი გვაძლევს საშუალებას გამოვავლინოთ საზოგადოებაში არსებული უთანასწორობის, დომინირებისა და ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების შემთხვევები. მიმოვიხილავთ საკითხის გარშემო არსებულ ნაშრომებს, რომელთაგან განსაკუთრებით საყურადღებოა: ვან დეიკის, ნ. ფერკლაუფისა რ. ვოდაკისა და სხვა მეცნიერების კვლევები.

სადისერტაციო ნაშრომის მეორე თავში განხილულია ძალაუფლების მოპოვებისა და მისი შენარჩუნების ერთ-ერთი მთავარი საშუალება - პოლიტიკური მარკეტინგი. აღწერილია მარკეტინგის ეკონომიკის სფეროდან პოლიტიკაში გადანაცვლების ეტაპები და შედეგები, პოლიტიკური მარკეტინგი ათწლეულების წინ და ახლა. აქვე მიმოვიხილავთ მარკეტინგის გამოყენების შემთხვევებს მსოფლიოს სხვადასხვა

ქვეყანაში. გავარკვევთ რა მსგავსება და რა განსხვავებაა პოლიტიკურ მარკეტინგსა და პროპაგანდას შორის, უქმნის თუ არა მარკეტინგი საფრთხეს დემოკრაციას. შევხებით პიარის, როგორც პოლიტიკური მარკეტინგის განხორციელების ერთ-ერთი საშუალების, ენობრივ თავისებურებებს ქართულ სინამდვილეში.

საკვლევ კორპუსად ავირჩიეთ 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნები, რომელიც იმით იყო გამორჩეული, რომ პირველად დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში მმართველი პარტია არჩევნების გზით დამარცხდა. ასევე, გავაანალიზეთ 2013 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები, რომელიც ყველა დანარჩენი არჩევნებისგან განსხვავებით, განსაკუთრებული სიმშვიდით გამოირჩეოდა. ასევე, საკვლევ კორპუსში გამოვიყენეთ 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნები.

მესამე თავში წარმოდგენილია მეტაფორის ანალიზი წინასაარჩევნო პოლიტიკურ დისკურსში. შევეცადეთ გამოგვეყო ის ძირითადი მეტაფორები, რომლებიც განსაკუთრებით ხშირად გამოიყენება საარჩევნო მარათონში. ერთმანეთს შევუდარეთ 2012, 2013 და 2014 წლის არჩევნებში მონაწილე წამყვანი პოლიტიკური ფიგურების მიერ საჯარო გამოსვლებში გამოყენებული მეტაფორები. ასევე, იმ ტექსტების ანალიზისას, რომლებიც ბეჭდური ფორმით მოვიპოვეთ, გამოვიყენეთ კორპუსის კვლევის კომპიუტერული პროგრამა, რამაც უფრო თვალსაჩინო გახადა მიღებული შედეგები.

ამავე თავში განხილულია წინასაარჩევნო დისკურსში პოზიტიურ და ნეგატიურ ლექსიკურ მარკერთა მიზნობრივი გამოყენების საკითხი. დადგენილია, როგორ ეწევიან პოლიტიკური პარტიები თუ ცალკეული პოლიტიკოსები პიროვნულ ან პარტიულ თვითრეკლამას და „სხვათა“ დაკნინებას. აქვეა წარმოდგენილი პოლიტიკოსთა საჯარო გამოსვლების ტექსტობრივი ანალიზი.

კვლევის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ თანამედროვე პოლიტიკოსები (ან მათი პიარსამსახურები) მეტ-ნაკლებად კარგად იცნობენ როგორც მარკეტინგის, ისე რიტორიკის საკითხებს და საკმაოდ ეფექტურადაც მიმართავენ სხვადასხვა პერსუაზიულ ხერხს წინასაარჩევნო კამპანიის წარმართვისას.

Annotation

PhD thesis – **Communicative Aspects of Cognitive Influence on Public Opinion** – is an effort of combined analysis of politics, marketing and language. The research covers topics of political communication, strategies of political marketing and discourse analysis. It also suggests conclusions based on the results of pre-election discourse analysis. We try to uncover lexical, rhetorical and other linguistic tools which enable political parties to persuade potential voters and succeed in elections.

The **first chapter** of the thesis refers to the interconnection between language and power. Looking at this theory of social constructionism from the linguistic point of view, we notice that there are numerous perspectives from which language can be viewed as a tool of constructing social reality. For the last several decades, analyzing and conducting research on political speeches, debates, pre-election propaganda and other types of political texts is becoming more and more popular. The main purpose of these texts is to manipulate public opinion, whereas CDA (Critical Discourse Analysis) detects the cases of inequality, dominance and abuse of power. In this chapter, we will cover theoretical issues studied by van Dijk, N. Fairclough, R. Wodak and others.

The **second chapter** studies issues of political marketing as being one of the main tools of obtaining and maintaining power. We review stages and consequences of applying marketing in politics, its history and present situation, cases of practicing political marketing in various countries, similarities and differences between political marketing and propaganda. We try to find out whether marketing poses any kind of threat to democratic processes in the country. PR (Public Relations) as one of the tools of practicing political marketing and its linguistic peculiarities in Georgian reality will also be covered in this chapter.

The pre-election discourse of the 2012 parliamentary elections, the 2013 presidential elections and 2014 self-governance elections were chosen as the corpus of our analysis. All these elections distinguished themselves by being the most peaceful elections conducted in Georgia.

The **third chapter** consists of CDA (Critical Discourse Analysis) of metaphors in pre-election discourse. We tried to detect all metaphors associated with elections and later compared

the metaphors applied by politicians participating in 2012, 2013 and 2014 elections. Apart from this, we have used computer program of corpus analysis – AntConc to study the printed part of our corpus contributing to the results of our research.

We have hereby discussed linguistic aspects of positive self-evaluation versus negative other-evaluation of the pre-election discourse analyzing political speeches and political talk-shows of pre-election period in Georgia.

Working on the pre-election corpus reveals the fact that Georgian politicians are well-aware of marketing as well as rhetoric tools and apply them quite efficiently to persuade potential voters during their pre-election campaign.

წინასიტყვაობა

თემის აქტუალობა

ძალაუფლება ყოველთვის იყო და არის ყველაზე სასურველი რამ, რის მოსაპოვებლად თუ შესანარჩუნებლად ოდითგანვე მიმდინარეობდა ბრძოლა როგორც ძალით, ისე სიტყვით. და უნდა აღინიშნოს, რომ ენა დღემდე ამ საშუალებათაგან უფრო ძლიერ და ქმედით იარაღად გვევლინება; დიახ, ენა დღემდე ინარჩუნებს ძალაუფლების მოპოვების ყველაზე მძლავრი საშუალების სტატუსს.

იქედან გამომდინარე, რომ თანამედროვე სამყაროში ძალაუფლებისთვის ბრძოლის ძალისმიერი მეთოდები სიტყვამ და ზოგადად კომუნიკაციამ თითქმის სრულად შეცვალა, დისკურსის, როგორც ძალაუფლებისა და კონტროლის განხორციელების ერთ-ერთი მთავარი ინსტრუმენტის, როგორც რეალობის სოციალური კონსტრუქციის იარაღის, კვლევა პრიორიტეტულია არა მხოლოდ თანამედროვე ენათმეცნიერებაში, არამედ პოლიტიკურ თუ სხვა სოციალურ დარგებში. პოლიტიკური კომუნიკაციები საინტერესოა პოლიტიკური მარკეტინგის თვალსაზრისითაც.

ძალაუფლებისთვის ბრძოლის ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია წინასარჩევნო პერიოდი. ჯერ კიდევ 1931 წელს ჯორჯ ბერნარდ შოუ არჩევნების შესახებ ამბობს: „როგორც ვხვდები, გინდათ, რომ მე ვისაუბრო არჩევნებზე, არა? როგორც იცით, ახლა მიმდინარეობს არჩევნები და მთავარი, რაც ხდება არის ის, რომ გატყუებენ ყველას ყველანაირი საშუალებითა და ყველანაირი კანდიდატის გამოყენებით“¹. წინასარჩევნო დისკურსის ანალიზი არის მცდელობა იკვლიოს ძალაუფლების მქონე ჯგუფების მიერ საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენის საშუალებები და ფორმები.

ძალაუფლების მოპოვებისა და მისი შენარჩუნების ერთ-ერთ მთავარ საშუალებად შეიძლება მივიჩნიოთ პოლიტიკური მარკეტინგი. წინამდებარე ნაშრომში განხილულია პოლიტიკური მარკეტინგის ძირითადი მახასიათებლები და საზოგადოებრივი

¹<https://www.facebook.com/bbcnews> მოპოვებულია 2.04.2015

აზროვნების, და შესაბამისად საზოგადოების ყოფა-ცხოვრების მარკეტინგული მართვის ხერხები. განსაკუთრებულ ყურადღებას გავამახვილებთ ენის როლზე წინასაარჩევნო პოლიტიკური მარკეტინგის წარმართვაში და გავარკვევთ, რა სახით გამოვლინდა იგი ქართულ პოლიტიკურ დისკურსში 2012, 2013 და 2014 წლის არჩევნებში. კვლევა გვაჩვენებს პოლიტიკური მარკეტინგის ლინგვისტური კუთხით შესწავლის თვალსაზრისით კრიტიკული დისკურსის ანალიზის დიდ პოტენციალს; კრიტიკული დისკურსის ანალიზი ნათელყოფს თუ როგორ ახდენენ პოლიტიკური პარტიები საზოგადოებით მანიპულირებას. მას სააშკარაოზე გამოაქვს ის ლინგვისტური ხერხები, რომლებსაც პოლიტიკოსები მიმართავენ წინასაარჩევნო კამპანიის წარმართვის დროს.

კვლევის ძირითადი მიზნები და ამოცანები:

სადოქტორო ნაშრომის მიზანია:

- ენისა და ძალაუფლების ურთიერთმიმართების კვლევა;
- ენის როლის განსაზღვრა რეალობის სოციალურ კონსტრუქციაში;
- კრიტიკული დისკურსის ანალიზის გამოყენება პოლიტიკური ტექსტების განხილვისას;
- პოლიტიკური მარკეტინგის ძირითადი მახასიათებლებისა და მათი ეფექტურად გამოყენების ხერხების მიმოხილვა;
- ენის როლის განსაზღვრა 2012, 2013 და 2014 წლების წინასაარჩევნო პოლიტიკურ დისკურსში;
- მეტაფორის, როგორც ერთ-ერთი მთავარი პერსუაზიული იარაღის, კვლევა ქართულ წინასაარჩევნო დისკურსში;
- საკუთარი თავის ან პარტიის პოზიტიურად, ხოლო „სხვების“ ნეგატიურად წარმოჩენის ლინგვისტური საშუალებების გამოვლენა.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე განისაზღვრა ამოცანებიც:

- საკითხის გარშემო არსებული ლიტერატურის მიმოხილვა;
- კრიტიკული დისკურსის ანალიზის გამოყენება წინასაარჩევნო დისკურსის მანიპულაციური ხასიათის გამოსავლენად;
- მეტაფორის ანალიზი და მისი როლის განსაზღვრა წინასაარჩევნო დისკურსში;
- 2012, 2013 და 2014 წლების არჩევნების წინა პერიოდის პოლიტიკური სააგიტაციო გამოსვლებისა და სატელევიზიო გადაცემებში მონაწილე პოლიტიკური პირების დისკურსის შეგროვება;
- კომპიუტერული პროგრამის გამოყენებით წინასაარჩევნო დისკურსის კორპუსის კვლევა.

ნაშრომის მეცნიერული სიახლე

სადოქტორო ნაშრომში:

- წარმოდგენილია ენისა და ძალაუფლების ურთიერთმიმართება;
- განსაზღვრულია ენის როლი საზოგადოებრივი აზრის კონსტრუქციაში;
- გამოყენებულია კრიტიკული დისკურსის ანალიზი დომინანტი ჯგუფების (ამ შემთხვევაში პოლიტიკოსების) მიერ საკუთარი ძალაუფლების გამოყენების დადგენის მიზნით;
- შესწავლილია საკვლევ კორპუსში აღმოჩენილი ძირითადი მეტაფორები და პოზიტიურ და ნეგატიურ ლექსიკურ მარკერთა მიზნობრივი გამოყენების საკითხები.

დისერტაციის პრაქტიკული ღირებულება:

სადოქტორო ნაშრომში წარმოდგენილი კვლევის შედეგები ხელს შეუწყობს ქართული პოლიტიკური დისკურსის კრიტიკული ლინგვისტური კვლევების კიდევ უფრო განვითარებას, კორპუსის ლინგვისტიკის გამოყენების მნიშვნელობის ზრდას

დისკურსის ანალიზის წარმოებისას. წინამდებარე ნაშრომი გარკვეულ სამსახურს გაუწევს ლინგვო-პოლიტოლოგიისა და პიარის სპეციალისტებს პიარენისა თუ პოლიტიკის ენის სწავლებასა და ამ სფეროებში პრაქტიკული საქმიანობის განხორციელების თვალსაზრისით.

კვლევის მეთოდები:

საკითხის შესწავლის პროცესში გამოყენებულია პოლიტიკური დისკურსის კრიტიკული ანალიზი, რაოდენობრივი და თვისობრივი ანალიზი. ასევე, წერილობითი მასალის ანალიზისას გამოყენებულია კორპუსის კვლევის კომპიუტერული პროგრამა AntConc-ი.

ნაშრომის აღწერა:

კვლევის მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისადაა გააზრებული სადისერტაციო ნაშრომის სტრუქტურა; კერძოდ: სადისერტაციო ნაშრომი შედგება წინასიტყვაობის, 3 თავის, ძირითადი დასკვნების, დამოწმებული სამეცნიერო ლიტერატურის სიისა და დანართისაგან.

პირველი თავი ეძღვნება დისკურსის საშუალებით ძალაუფლების მოპოვებისა და შენარჩუნების ხერხებს. განვიხილავთ სოციალური რეალობის ენის საშუალებით კონსტრუქციის თემას, დისკურსის ანალიზისა და კრიტიკული დისკურსის ანალიზის როლს დომინანტი ჯგუფების მიერ საკუთარი ძალაუფლების დისკურსში გამოვლენის საშუალებებს. შეძლებისდაგვარად ვაანალიზებთ ქართული პოლიტიკური დისკურსის გადასახედიდან გააზრებული ამ დარგის თვალსაჩინო სპეციალისტების ვან დეიკის, ნ. ფერკლაუფისა რ. ვოდაკისა და სხვთა მიერ საკითხის გარშემო განხორციელებული კვლევების მონაცემებს.

მეორე თავში განხილულია პოლიტიკური მარკეტინგი. აღწერილია მარკეტინგის ეკონომიკის სფეროდან პოლიტიკაში გადანაცვლების ეტაპები და შედეგები, პოლიტიკური მარკეტინგი ათწლეულების წინ და ახლა. აქვეა წარმოდგენილი მარკეტინგის გამოყენების შემთხვევები მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. განვიხილავთ

პიარს, როგორც პოლიტიკური მარკეტინგის განხორციელების ერთ-ერთ საშუალებას და მის ენობრივ თავისებურებებს ქართულ სინამდვილეში.

მესამე თავი წარმოადგენს მეტაფორის ანალიზს წინასაარჩევნო პოლიტიკურ დისკურსში. დადგენილი და საგანგებოდ დახასიათებულია ის ძირითადი მეტაფორები, რომლებიც ყველაზე ხშირად გამოიყენება არჩევნებთან დაკავშირებით. საკვლევ კორპუსად ავირჩიეთ 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო, 2013 წლის საპრეზიდენტო და 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნები საქართველოში. იმ ტექსტების ანალიზისას, რომლებიც ბეჭდური ფორმითაა მოძიებული, გამოყენებულია კორპუსის კვლევის კომპიუტერული პროგრამა, რამაც უფრო საინტერესო გახადა მიღებული შედეგები. ამავე თავშია განხილული წინასაარჩევნო დისკურსში პოზიტიურ და ნეგატიურ ლექსიკურ მარკერთა მიზნობრივი გამოყენების საკითხი. დადგინდა, თუ როგორ ეწევიან პოლიტიკური პარტიები თუ ცალკეული პოლიტიკოსები პიროვნულ ან პარტიულ თვითრეკლამას და „სხვათა“ დაკნინებას. აქვე მოვახდინეთ პოლიტიკოსთა საჯარო გამოსვლების ტექსტობრივი ანალიზი.

დანართის სახით წარმოდგენილია 2012, 2013 და 2014 წლის წინასაარჩევნო პოლიტიკური გამოსვლებისა და სატელევიზიო გადაცემების ვიდეოჩანაწერები, რაც ასე ერთად თავმოყრილი სახით საუკეთესო საილუსტრაციო მასალაა სალექციო კურსებისა თუ სატრენინგო პროგრამებისათვის.

ნაშრომის აპრობაცია:

კვლევის თემატიკა, მიმდინარეობა, ძირითადი შედეგების ნაწილი ეტაპობრივად აისახა სამეცნიერო მოხსენებებსა თუ სტატიებში; სადისერტაციო ნაშრომის თემასთან დაკავშირებით გამოვაქვეყნეთ შემდეგი სტატიები:

ტარიელ ფუტყარაძე, მიხეილ ლაბაძე, **თამარ ლომაძე**, ლია ოთინაშვილი - „ქართული ენის სწავლება „ქართული ტექსტების ეროვნული კორპუსის“ ბაზაზე: პრობლემები და პერსპექტივები“, სამეცნიერო ჟურნალი „ქართველოლოგიის აქტუალური პრობლემები“, III ნომერი. ქართული უნივერსიტეტი, 2014 წ.

თამარ ლომაძე - „თანამედროვე პოლიტიკური ზეპირი ტექსტების ენობრივი თავისებურებები“, სამეცნიერო ჟურნალი „ქართველოლოგიის აქტუალური პრობლემები“, II ნომერი. ქართული უნივერსიტეტი, 2013 წ.

თამარ ლომაძე - „პიარის ენობრივი თავისებურებანი ქართულ სინამდვილეში“, საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალი „ინტელექტი“, თბილისი, 2012 წ.

თამარ ლომაძე - იბეჭდება „ენის როლი სოციალური რეალობის კონსტრუქციაში“, ქუთაისის ილია ჭავჭავაძის სახელობის სამეცნიერო ბიბლიოთეკის წელიწადეული VII, 2015.

თამარ ლომაძე - იბეჭდება „მეტაფორები პოლიტიკურ დისკურსში (საპრეზიდენტო არჩევნების დისკურსის მაგალითზე)“, ქართული უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა და სამართლის სკოლის შრომები, 2016.

კონფერენციები:

4-6 მაისი, 2015 წ. - მოხსენება თემაზე „ქართველური ენების ტიპოლოგიური ანალიზი“, ვორკშოპი თემაზე ლექსიკური და ტიპოლოგიური მრავალფეროვნება კავკასიურ ენებში, ლუნდის უნივერსიტეტი, შვედეთი.

28 ოქტომბერი, 2015 წ. - მოხსენება თემაზე „ენა და ძალაუფლება“. მალმოს უნივერსიტეტი, შვედეთი.

8-10 მაისი, 2014 წ. - მოხსენება თემაზე პოლიტიკური პიარი თანამედროვე საქართველოში“. სამეცნიერო კონფერენცია ვარშავის უნივერსიტეტში - „პოლიტიკური ლინგვისტიკა III (სახელმწიფოებრიობის კონსტრუქცია თუ რეკონსტრუქცია თანამედროვე ევროპაში?)“.

29 ნოემბერი, 2013 წ. - მოხსენება თემაზე - „პრესრელიზის ენობრივი თავისებურებანი“, ქუთაისის აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მაგისტრანტთა და დოქტორანტთა VII რესპუბლიკური კონფერენცია.

თავი I:

ენა და პოლიტიკა

1.1. ენა და ძალაუფლება

რამდენადაც წინამდებარე ნაშრომი პოლიტიკური დისკურსის ენობრივ ასპექტებს შეეხება, ხოლო პოლიტიკა ძალაუფლების მოპოვების გზა, ფორმა და შინაარსია, ენა (და ზოგადად, კომუნიკაცია) კი ამ გზის, ფორმის და შინაარსის განუყოფელი ნაწილი, ჩვენ გვერდს ვერ ავუვლით ენათმეცნიერებისაგან, ერთი შეხედვით, ისეთ შორსმდგომ საკითხს, როგორიცაა პოლიტიკა და ძალაუფლება. ამიტომაც აუცილებლად მიგვაჩნია ზოგი ტერმინის, მეთოდოლოგიური მიდგომისა და სპეციალური ტერმინის დაზუსტება.

ფილოსოფიასა თუ სოციალურ მეცნიერებებში არსებობს ძალაუფლების ბევრნაირი გაგება. მაგალითად, ვან დიიკი თავის ნაშრომში „დისკურსი და ძალაუფლება“ (van Dijk 2008) ძალაუფლებას განიხილავს, როგორც საზოგადოების ერთი ჯგუფის მიერ სხვა ჯგუფზე ან მის წევრებზე განხორციელებულ კონტროლს. შესაბამისად, მეცნიერის განმარტებით, კონტროლი გულისხმობს ძალაუფლების გამოყენებისა და მართვის პროცესს.

პ. სიმპსონის განმარტებით, „ძალაუფლება წარმოადგენს პრივილეგირებული ფენის წვდომას ისეთ სოციალურ რესურსებზე, როგორიცაა განათლება, ცოდნა და სიმდიდრე. ამ რესურსებზე წვდომას უზრუნველყოფს ძალაუფლება, სტატუსი და გავლენა, რაც, თავის მხრივ, წარმოადგენს დაქვემდებარებული ჯგუფის მიმართ ბატონობის, ძალადობის და კონტროლის განხორციელების მექანიზმებს“ (Simpson 1959: 2).

ძალაუფლება ყოველთვის იყო და არის ყველაზე სასურველი რამ, რის მოსაპოვებლად თუ შესანარჩუნებლად მიმდინარეობდა ბრძოლა როგორც ძალით, ისე სიტყვიერი მოლაპარაკებებით. თუმცა, ისიც უნდა აღნიშნოს, რომ ენა დღემდე ინარჩუნებს ძალაუფლების მოპოვების ყველაზე მძლავრი საშუალების სტატუსს.

თანამედროვე სამყაროში კი, ძალისმიერი მეთოდები სიტყვამ და ზოგადად კომუნიკაციამ თითქმის სრულად შეცვალა.

ჯონ სკოტი (Scott 2001) ასახელებს ძალაუფლებასთან დაკავშირებული კვლევების ორ ტრადიციას: ე. წ. „მეინსტრიმულისა“ და „არამეინსტრიმულს“.

მეინსტრიმული ტრადიციის სათავედ მიიჩნევა ვებერის კვლევები მოდერნისტული და პრემოდერნისტული სახელმწიფოების ხელისუფლების შესახებ. ამ კვლევებში ყურადღება გამახვილებულია სახელმწიფოსა და მისი ინსტიტუციების მაკორექტირებელ ძალაზე. ეს ტრადიცია, განსაკუთრებით შეხედულება ძალაუფლებაზე, როგორც დომინირების წყაროზე, ყურადღებას ამახვილებს სასამართლო და სასჯელაღსრულების დაწესებულებების შესაძლებლობაზე უზრუნველყონ სხვების მორჩილება, წინააღმდეგობებისა და მღელვარების სიტუაციებშიც კი. დემოკრატიულ საზოგადოებაში აუცილებელია, რომ ძალაუფლების მქონე ფენა ლეგიტიმურად ცნოს ხალხმა. ძალაუფლების ლეგიტიმაცია კი მიიღწევა სწორედ ენისა და კომუნიკაციის სხვა სისტემების მეშვეობით.

კვლევის **არამეინსტრიმული** ტრადიცია ძირითადად ინტერესდება **დარწმუნების** მნიშვნელობით. ამ მიმართულების ფუძემდებლად მიიჩნევა ა. გრამსკი (1971), რომლის კონცეფცია ჰეგემონიის შესახებ გულისხმობს მექანიზმს, რომლის საშუალებითაც საზოგადოების გაბატონებული (დომინანტური) ფენა წარმატებულად არწმუნებს დაქვემდებარებული (სუბორდინაციაში მყოფი) ადამიანების ჯგუფს მიიღოს გარკვეული მორალური, პოლიტიკური თუ კულტურული ღირებულებები. შესაბამისად, ძალაუფლების გატარება ხდება არა ძალადობრივი ხერხებით, არამედ რუტინულად. ამ სისტემის ფარგლებში, დისკურსი ახდენს ჰეგემონური დამოკიდებულებების, შეხედულებებისა და რწმუნების კონსტრუქციას იმ მიზნით, რომ ეს ღირებულებები „ბუნებრივად“ და „საღად“ იქნას მიჩნეული.

ვან დეიკი (van Dijk 2008: 28) გამოყოფს ძალაუფლების შემდეგ მახასიათებლებს:

- სოციალური ძალაუფლება წარმოადგენს ჯგუფებს, კლასებს და სხვა საზოგადოებრივი ფორმაციებს ან ცალკეულ პირებს (როგორც საზოგადოების წევრებს) შორის ურთიერთობების მახასიათებელს.
- ის გამოვლინდება ინტერაქციისას;

- როგორც წესი, სოციალური ძალაუფლება ძალაუფლების ე. წ. ორიზ ფორმას წარმოადგენს და ხალხის „გონების“ გავლით ხორციელდება, მაგალითად, მისი მეშვეობით შესაძლებელია კონკრეტული ქმედების განსახორციელებლად საჭირო ინფორმაციისა და აზრების მართვა. სოციალური ძალაუფლების ფორმების უმრავლესობა გულისხმობს „გონების კონტროლს“, რაც მიიღწევა დარწმუნებით და დისკურსული კომუნიკაციის სხვა ფორმებით.
- ა-ს ძალაუფლებას საფუძველი სჭირდება, რაც იძლევა ძალაუფლების შემდგომი გამოყენების ან სანქციების დაწესების შესაძლებლობას დაუმორჩილებლობის შემთხვევაში. ეს რესურსები ძირითადად მოიცავს სოციალურად ღირებულ, მაგრამ უთანასწოროდ განაწილებულ ნიშნებს, როგორიცაა ქონება, პოზიცია, წოდება, სტატუსი, ძალაუფლება, ცოდნა, გამოცდილება, დომინანტი ჯგუფის ან უმრავლესობის წევრობაც კი.
- ძალაუფლების განხორციელებისა და შენარჩუნებისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება იმას, რომ ა ახორციელებდეს ბ-ზე მენტალურ კონტროლს, ბ-მ უნდა იცოდეს ა-ს სურვილები, საჭიროებები, პრიორიტეტები და განზრახვები.
- თანამედროვე დასავლურ საზოგადოებაში სრული სოციალური კონტროლი შეუზღუდულია. ძალაუფლების მქონეს აკისრია პასუხისმგებლობები. ნაკლებია იმ ადამიანების რიცხვი, რომლებსაც არანაირი ძალაუფლება არ გააჩნიათ.
- სოციალური ძალაუფლების განხორციელება და შენარჩუნება გარკვეულ იდეოლოგიურ ჩარჩოს გულისხმობს. ეს ჩარჩო მიიღება, მტკიცდება და იცვლება კომუნიკაციისა და დისკურსის მეშვეობით.

ავტორის დასკვნით, ძალაუფლების ანალიზი უნდა მოხდეს კონტრ-ძალაუფლების ან წინააღმდეგობის გამწევ, სხვის მიერ დომინირებულ ჯგუფთან მიმართებაში.

ვან დეიკის (van Dijk 2008: 28) თანახმად, თანამედროვე სამყაროში ხალხი სულ უფრო ნაკლებად არის თავისუფალი ილაპარაკოს და წეროს როცა, სადაც, ვისთანაც, როგორაც და რაზეც უნდა. მასები ნაწილობრივ ან სრულად იმართებიან ძალაუფლების მქონეთა მიერ, იქნება ეს სახელმწიფო, პოლიცია, მასმედია თუ ბიზნესკორპორაცია, რომელიც დაინტერესებულია ზეპირი თუ წერილობითი ტექსტის თავისუფლების ჩახშობით. ან პირიქით, მათ უნდა ილაპარაკონ ისე, როგორც დომინანტ ჯგუფებს სურთ.

ასეთი კონტროლი ფართოდაა გავრცელებული საზოგადოებაში. ძალიან ცოტა ადამიანს აქვს სრული თავისუფლება თქვას ან დაწეროს ის, რაც, სადაც, ვისაც, როგორაც უნდა. ადამიანების უმრავლესობას აქვს სამსახური, რომელშიც უწევს ზეპირი თუ წერილობით ტექსტის შექმნა. ამ კუთხით გამოდის, რომ დისკურსის კონტროლი უფრო წესია, ვიდრე გამონაკლისი.

საინტერესოა, თუ რა მახასიათებლებია საჭირო იმისთვის, რომ ხალხი ძალაუფლების მქონედ მივიჩნიოთ?

სიმბოლური ძალაუფლების მაგალითად ვან დეიკს მოჰყავს განათლება. ცნობილია, რომ მასწავლებლები და სახელმძღვანელოები გავლენას ახდენენ სტუდენტების გონებაზე; ვერ უარყოფთ იმასაც, რომ ჩვენ ამას მოველით სტუდენტებისგან, რადგან ეს ითვლება განათლების მიღების საშუალებად. რთულია გაავლო ზღვარი სწავლას შორის, რომელიც ემსახურება სტუდენტების აწმყოსა და მომავალი ცხოვრების შექმნას ერთი მხრივ, და მეორე მხრივ, იდეოლოგიისა და ძალაუფლების მქონე ჯგუფების ან საზოგადოებრივი ორგანიზაციების იდეოლოგიების თავს მოხვევას შორის. მაგრამ ფაქტი ის არის, რომ მასწავლებლისა და სახელმძღვანელოს გავლენა ნაკლებად შესამჩნევია საზოგადოებაში. განათლების სამინისტრო ადგენს სასწავლო კურიკულუმს, რომელიც უნდა მოიწონონ ავტორებმა, სახელმძღვანელოების გამომცემლებმა ან მასწავლებლების კომიტეტებმა და მხოლოდ ამის შემდეგ დგება სასწავლო მასალა. ამ პროცედურის გავლის შემდეგ ყველა რწმუნდება, რომ სახელმძღვანელოები სასწავლოდ გამოსადეგია.

ძალაუფლების გატარების მაგალითია ასევე სხვა სფეროების, პოლიტიკის, კანონმდებლობის, ჟანდაცვის, ბიუროკრატიის, სახელმწიფო სააგენტოებისა და კორპორაციული ბიზნესის მდგომარეობაც, როდესაც წამყვანი ელიტა განაგებს პოლიტიკას, ქმნის გაიდლაინებს და გეგმებს.

ვან დეიკის თვლასაზრისით, თანამედროვე სიმბოლურ ელიტას წარმოადგენენ პოლიტიკოსები, ჟურნალისტები, მწერლები, პროფესორები, მასწავლებლები, იურისტები, ბიუროკრატები და სახალხო დისკურსთან წვდომის მქონე სხვა პირები ან ბიზნესმენეჯერები, რომლებიც ირიბად აკონტროლებენ მაგალითად, მასმედიას, წარმოადგენენ საზოგადოების იმ ფენას, რომელიც ფლობს ძალაუფლებას.

როდესაც ადამიანები ურთიერთობენ, ამ დროს ახორციელებენ, აღადგენენ ან ზოგჯერ წინააღმდეგობას უწევენ ინსტიტუციურ ძალას. ძალების ურთიერთობების, განსაკუთრებით კი მოსაუბრის უფლებებისა და მოვალეობების ასიმეტრიული დისტრიბუციის კვლევა ინსტიტუციური დისკურსის ანალიზის მთავარი თემაა.

ყველა ადამიანს არ შეუძლია თანაბარი წვლილი შეიტანოს საუბარში იმ უბრალო მიზეზის გამო, რომ არა აქვთ თანაბარი სტატუსი.

ინსტიტუციები ცდილობენ თავიანთი ინტერესების ლეგიტიმაციას და დისკურსის საშუალებით თავიანთი ინტერესების გატარებას, შედეგად კი, სოციალური პრაქტიკის შეცვლას. ვებერის დაკვირვებით, დემოკრატიულ სისტემაში აუცილებელია ძალის ლეგიტიმაცია, რათა ის აღიაროს ხალხმა.

ინსტიტუციების ენის ანალიზი საინტერესოა არა მარტო ენობრივი მახასიათებლების თვალსაზრისით, არამედ ამ გზით უკეთ წარმოჩინდება ამ ინსტიტუციების მუშაობა. ინსტიტუციურად ძლიერი ჯგუფის როლი „სუსტდება“ ინსტიტუციურად უფრო სუსტების წინააღმდეგობის გაწევის ლინგვისტური სტრატეგიის მეშვეობით.

თუ ძალაუფლებას განვსაზღვრავთ როგორც ერთი ჯგუფის მიერ მეორის კონტროლს, ამ ფორმის პოლიტიკური, აკადემიური თუ კოოპერაციული ძალაუფლება მართლა ხდება ეფექტური, რამდენადაც მას აქვს წვდომა დისკურსის შექმნის საშუალებებთან და აქედან გამომდინარე, საზოგადოების გონების მართვასთან.

ნ. ფერკლაუფს (Fairclough, 2001) ძალაუფლების მქონეთა ერთ-ერთ მაგალითად მოჰყავს მედიცინის მუშაკები, კონკრეტულად ექიმები, რომელთა დისკურსშიც ჩანს მათი ძალაუფლება, რომელიც გამოხატულია პაციენტების მიმართ. ძალაუფლება ექიმს საშუალებას აძლევს პაციენტი დაიყოლიოს და დაარწმუნოს მაგალითად, წამლის ან მკურნალობის აუცილებლობაში. პაციენტები კი ვალდებულები არიან, დაემორჩილონ და დაუჯერონ „ძალაუფლების მქონე“ ექიმებს. თვით ექიმებს კი აკონტროლებენ ზემდგომი პირები, დაცულია ინსტიტუციონალური იერარქია და ეს ხორციელდება პროფესიული დაუდევრობის დასჯის, დაწინაურების და სხვა ტიპის ღონისძიებების გატარებით სამედიცინო სფეროში.

ოდესღაც ძალაუფლება კლასიკური გაგებით პროდუქციის მატერიალურ საშუალებებზე კონტროლს გულისხმობდა, დღეს ეს შეიცვალა მასების გონების კონტროლით, რაც სახალხო დისკურსის კონტროლს გულისხმობს ყველა თავისი სემიოტიკური მიმართულებით.

ვან დეიკი დაასკვნის, რომ პოლიტიკა და მედია გავლენას ახდენს და აკონტროლებს ერთმანეთს და ორივე მათგანი თავისთავად კონტროლირებულია ბიზნესის ინტერესებით, ბაზრით და ყველაფერი იმით, რაც ფინანსურად „ეფექტიანია“. ასეთი მაკროანალიზი შეიძლება დაიხვეწოს კლასების, ჯგუფებისა და ორგანიზაციების კონტროლის ფორმების ანალიზით (van Dijk, 2008: 15).

როგორც ა. გრამსკი აღნიშნავს, დომინანტი ჯგუფი უნდა მუშაობდეს პოზიციის შენარჩუნებაზე. ეს ძირითადად ხდება მმართველი ჯგუფის კონსტრუქციით პოლიტიკური ალიანსების შექმნისა და შენარჩუნების გზით; მეორე მხრივ, საჭიროა მოსახლეობის თანხმობის - ლეგიტიმაციის გენერირება; ლეგიტიმაციის მაგალითად პ. სიმპსონს მოჰყავს ერაყის დაპყრობის ფაქტი, რომელიც გაამართლა სხვადასხვა დასავლურმა მთავრობამ, რასაც ჩომსკიმ უწოდა „მილიტარისტული ჰუმანიზმის რიტორიკა“ ანუ დისკურსი, რომლითაც ხდება სამხედრო ჩარევის გამართლება ისეთი ჰუმანიტარული მიზნების გაცხადებით, როგორიცაა ქვეყნის დიქტატორული მართველობიდან გათავისუფლება ან დასავლური ლიბერალური ღირებულებების დაცვა (Simpson, 2010: 8).

მესამეც, საზოგადოებაზე ზემოქმედება (კოერსია) ისეთი ინსტიტუციების გამოყენებით, როგორიცაა პოლიცია, სასამართლო და სამართლებრივი სისტემა, ციხეები და სამხედრო დაწესებულებები. რაც უფრო მეტია დომინანტი ჯგუფის ლეგიტიმაციის ხარისხი, ნაკლები ძალდატანების გამოყენება ხდება საჭირო. თითოეული დასახელებული ჰეგემონიური ფუნქცია ეყრდნობა ენასა და კომუნიკაციას.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ძალაუფლების გატარება ძირითადად ენის საშუალებით ხდება. ვან დეიკი გვთავაზობს ძალაუფლების დისკურსის საშუალებით გატარების ხერხების ტიპოლოგიას. ესენია:

1) მოქმედების პირდაპირი კონტროლი მიიღწევა ისეთი დისკურსის მეშვეობით, რომელსაც დირექტიული პრაგმატული ფუნქცია (ელოკუციური ძალა) გააჩნია. ასეთი ტიპის დისკურსია: ბრძანებები, მუქარა, კანონები, რეგულაციები, ინსტრუქციები და ამ ტიპის დისკურსის უკან ხშირად დგას ინსტიტუციური ძალაუფლება. ეს რეგულირდება ლეგალური და ინსტიტუციონალური სანქციებით;

2) **დარწმუნების** დისკურსი, როგორცაა რეკლამა და პროპაგანდა, ასევე ახდენს გავლენას მიმღების (აუდიტორიის) მომავალ ქმედებებზე. ძალაუფლება ეფუძნება ეკონომიკურ, ფინანსურ და ზოგადად, კორპორაციულ ან ინსტიტუციონალურ რესურსებს და განხორციელებადია მედიასა და ფართო საზოგადოებრივ ყურადღებაზე ხელმისაწვდომობით. დარწმუნება მიიღწევა რიტორიკული ხერხებით, მაგ. გამეორებით, და ზოგადად ბაზრის კონტროლის მექანიზმით.

3) **პრესკრიფციული** დისკურსული ფორმების გარდა, მომავალ ქმედებებზე გავლენის მოხდენა შეუძლია შესაძლო მომავალი ქმედებების, მოვლენებისა და სიტუაციების წინასწარ აღწერასაც; მაგალითად, წინასწარმეტყველებებს, გეგმებს, სცენარებს, პროგრამებსა და გაფრთხილებებს, ზოგჯერ რჩევებს. რიტორიკული საშუალებები ხშირად შედგება არგუმენტაციისა და არასასურველი ქმედებების აღწერისგან. უფრო იმპლიციტურად, მეცნიერულმა მოხსენებამ ეკონომიკური განვითარების შესახებ შესაძლოა მოახდინოს გავლენა მომავალ ქმედებაზე.

4) ფართოდ გავრცელებული, და შესაბამისად, **გავლენის მქონე ნარატივი**, როგორცაა რომანი ან ფილმი, შეიძლება გამოდგეს (არა)სასურველი მომავალი ქმედების აღსაწერად და შესაძლოა მას აღმოაჩნდეს რიტორიკული ან სტილისტური ან ემოციური მიმზიდველობა, ან მისი თემატური და სტილისტიკური ორიგინალურობის სხვადასხვა ფორმა. ძალაუფლების მქონე ჯგუფები წარმოადგენენ ე. წ. სიმბოლურ ელიტას (van Dijk 2008: 37).

ვან დეიკის თანახმად, ძალაუფლება იშვიათადაა აბსოლუტური. ჯგუფებმა შესაძლოა მართონ სხვა ჯგუფები ან მართონ ისინი მხოლოდ კონკრეტულ სიტუაციებსა და კონკრეტულ სფეროში. არის შემთხვევები, როდესაც მართული ჯგუფი ემორჩილება ამ ძალას და ეს ფაქტი „ბუნებრივად“ არის მიჩნეული.

დომინანტი ჯგუფის ძალაუფლება შესაძლოა გახდეს კანონების, წესები, ნორმების, ჩვევებისა და ზოგადი კონსენსუსის ნაწილი. და შესაბამისად, მიიღოს „ჰეგემონიის“ ფორმაც (ა. გრამსკის მიხედვით) (van Dijk 2008: 89).

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ასევე **ჰეგემონიის** როგორც ძალაუფლების გაგება იმ თვალსაზრისით, რომ ის მოქმედებს ენის საშუალებით: ადამიანები დათმობაზე მიდიან გარკვეული ძალების მიმართ სწორედ იქედან გამომდინარე, რომ ენა ამ ძალას წარმოაჩენს როგორც ბუნებრივ და საღ აზრს.

ჯ. რიჩარდსონის (Richardson 2007) თანახმად, ჰეგემონია გულისხმობს პროცესს, რომელშიც მმართველი კლასი არწმუნებს ყველა დანარჩენ კლასს, მიიღოს მისი წესები და დამორჩილდეს. ჰეგემონია არის მდგომარეობა, რომელშიც საზოგადოების მართული ნაწილი იღებს და უსიტყვოდ ემორჩილება ძალაუფლების მქონე ნაწილს ძალის გამოყენების საჭიროების გარეშე.

ე. წ. „ნორმალური“ ჰეგემონია, როგორც წესი, ხორციელდება ძალისა და კონსენსუსის კომბინაციის შედეგად, როდესაც ძალა კონსენსუსს ბევრად არ აღემატება. ასე რომ, მისი ძალაუფლება მხარდაჭერილი უნდა იყოს უმრავლესობის მიერ, რაც გამოიხატება ე.წ. საზოგადოებრივი აზრის ორგანოების - გაზეთებისა და ასოციაციების მიერ (Quaderni del Carcere, ციტირებულია Joll 1977: 99).

ს. ბაქსი (Bax 2011) ასახელებს იდეოლოგიის რამდენიმე მახასიათებელს:

1. იდეოლოგია არის იდეებისა და ცნებების მენტალური ქსელი, რომელიც დაკავშირებულია ღირებულებებსა და რწმენებთან.
2. იდეოლოგიას იზიარებს ადამიანთა ჯგუფები და ეს ფარული კონსენსუსი არის მათი ძალაუფლების ნაწილი.
3. რამდენადაც იდეოლოგიას იზიარებს ესა თუ ის ჯგუფი, ის ხშირად ნაგულისხმები და შეფარულია - მიღებულია როგორც „უბრალოდ საღი აზრი“, „ბუნებრივი“.
4. იდეოლოგიაზე არ სვამენ კითხვებს; ნებისმიერს, ვისაც უჩნდება შეკითხვა, მიიჩნევენ შეურაცხადად ან წესების დამრღვევად.

5. ხშირად ხდება იდეოლოგიის პოლარიზება, როგორც ვან დიკი აღნიშნავს, „ისინი“ „ჩვენს“ წინააღმდეგ. (van Dijk 1998:25)
6. იდეოლოგია არსებითია ჯგუფური იდენტობის განსასაზღვრად, რადგან ის ხელს უწყობს „სოციალური იდენტობის წარმოქმნას და განსაზღვრავს ამა თუ იმ ჯგუფის ინტერესს“ (van dijk 1998:25).
7. იდეოლოგიისთვის ლოგიკურობა არ წარმოადგენს აუცილებელ პირობას. იდეოლოგიები სხვადასხვა სიტუაციაში განსხვავებული, სასურველი ინტერპრეტაციით შეიძლება იქნეს გამოყენებული.
8. იდეოლოგიების მიმართ ჩვენი დამოკიდებულება შესაძლოა ურთიერთგამომრიცხავი აღმოჩნდეს. მაგალითად, ჩვენ შეიძლება მტკიცედ ვიყოთ დარწმუნებული გარემოს დაცვის აუცილებლობაში, მაგრამ, მეორე მხრივ, შეგვიძლია დაუფიქრებლად გამოვიყენოთ მანქანა არც თუ ისე აუცილებელი მიზნებისთვის მაგალითად, მხოლოდ იმიტომ, რომ „გვეჩქარება“.
9. იდეოლოგია შესაძლოა იყოს როგორც პოლიტიკური, ისე აპოლიტიკური ხასიათისა.

იდეოლოგიასთან ასოცირდება ისეთი სიტყვები, როგორიცაა „ტერორისტი“ თუ „ფაშისტი“. გარდა ამისა, იდეოლოგიური იმპლიკაციები შესაძლოა ჰქონდეს ისეთ ყოველდღიურ სიტყვებს, როგორებიცაა, მაგალითად, „დიასახლისი“, „თავმჯდომარე“ და ა. შ. (Bax 2011: 126-127)

ს. ბაქსი (Bax 2011) განმარტავს იდეოლოგიას, როგორც იდეების, რწმენისა და ღირებულებების მთლიან სისტემას, წარმოდგენების ერთიანობას, რასაც ვიღებთ როგორც სიმართლეს და ვმოქმედებთ შესაბამისად. იდეოლოგია გარკვეულწილად უკავშირდება ენას და ეს ორი ერთობლივად ზემოქმედებს ჩვენზე.

ნ. ფერკლაუფი თავის ნაშრომში „ენა და ძალაუფლება“ (Fairclough 2001) ცდილობს აჩვენოს ენის როლი ადამიანთა ერთი ჯგუფის მიერ მეორეს მართვის პროცესში, რადგან მიიჩნევს, რომ ცნობადობის გაზრდა პირველი ნაბიჯია თავისუფლებისაკენ. ავტორი საუბრობს ენაში იმპლიციტურად ასახულ იდეოლოგიაზე და ხაზს უსვამს იდეოლოგიის მჭიდრო კავშირს ენასთან, როგორც სოციალური ქცევის ყველაზე გავრცელებულ ფორმასთან.

პოლ სიმპსონი მიიჩნევს, რომ ენაზე გავლენას ახდენს იდეოლოგია და უფრო მეტიც, ყველა ტექსტი, ზეპირი თუ წერილობითი, ვიზუალური ენაც კი, ყველა შემთხვევაში ფორმირდება და განისაზღვრება პოლიტიკური შეხედულებებისა და სოციალურ-კულტურული პრაქტიკის მთელი ქსელის მიერ. „იდეოლოგია და მისი გამოხატულება ტექსტში აყალიბებს ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებას, ის არსებობს არა იზოლირებულად როგორც თავისუფალი ნების შედეგი, არამედ არის კონკრეტული და პირობითი“ (Simpson 2010: 4).

როგორც ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ, ძალაუფლების მოპოვება თანამედროვე საზოგადოებაში მეტწილად ენის იდეოლოგიური ძალის გამოყენებით ხდება. ისეთი წამყვანი სოციალური თეორეტიკოსების, როგორებიცაა ბურდიე, ფუკო, ჰეგერმასი ამტკიცებდნენ, რომ თანამედროვე სამყაროში წამყვანია ენა. თუმცა, ე. წ. პოსტმოდერნისტები ამტკიცებენ, რომ ვიზუალურმა გამოსახულებამ განდევნა ენა და პოსტმოდერნისტული კულტურა პოსტლინგვისტურადაც შეიძლება მივიჩნიოთ. მაგრამ მაინც, დომინირებს აზრი, რომ ენა იქცა სოციალური კონტროლისა და ძალაუფლების გამოვლინების მთავარ საშუალებად. ამასთან, ენის შესაძლებლობები უფრო მრავალფეროვანი გახდა. როგორც ფერკლაუფი აღნიშნავს, ენა გაჟღენთილია იდეოლოგიით. შესაბამისად, ენის იდეოლოგიური ბუნება უნდა იქცეს თანამედროვე სოციალური მეცნიერების ძირითად თემად.

ენა ნამდვილად იმსახურებს საზოგადოების ყურადღებას მისი მნიშვნელობიდან გამომდინარე. ენას გვერდს ვერ აუვლის ვერავინ, ვინც დაინტერესებულია თანამედროვე საზოგადოებით და ამ საზოგადოებაში ძალაუფლებრივი ურთიერთობებით. ფერკლაუფი (Fairclough 2001) განიხილავს ძალაუფლებას ზეპირი დისკურსის მაგალითზე, კულტურათათმორის დისკურსზე, რომელშიც სხვადასხვა ეთნიკური ჯგუფის წევრები მონაწილეობენ. ასევე, განიხილავს მასმედიის „ფარულ ძალაუფლებას“.

ფერკლაუფის თანახმად, დისკურსში გამოხატული ძალაუფლება უკავშირდება ძალაუფლების მქონეთა მიერ საზოგადოების იმ ნაწილის კონტროლს, რომელსაც არ გააჩნია ძალაუფლება. ავტორი განასხვავებს სამი ტიპის იძულებას, ესენია:

- თანხმობის მოპოვება იმ საკითხზე, რაც ძალაუფლების მქონეთა მიერ ითქვა ან გაკეთდა;
- სოციალური ურთიერთობები, რომლებშიც ადამიანები მონაწილეობას იღებენ დისკურსის საშუალებით;
- სუბიექტები, ან „სუბიექტური პოზიციები“, რომლებიც შესაძლოა გააჩნდეს ხალხს. (Fairclough 2001: 38)

ტექსტებს, როგორც სოციალური მოვლენების შემადგენელ ელემენტებს, გააჩნია მიზეზობრივი ეფექტები, რაც მდგომარეობს იმაში, რომ ისინი იწვევენ ცვლილებებს. პირველ რიგში, ტექსტებს ცვლილებები შეაქვთ ჩვენს ცოდნაში, რწმენაში, დამოკიდებულებებში, ღირებულებებში და ა. შ. ასევე, მათ გააჩნიათ გრძელვადიანი გავლენები - მაგალითად, ხანგრძლივ რეკლამებს და სხვა ტიპის კომერციულ ტექსტებს ხალხის როგორც „მომხმარებლის“ იდენტობის ან მათი ზოგადი იდენტობის ფორმირება შეუძლიათ. ტექსტებმა შეიძლება მოახდინონ ომის პროვოცირება, ცვლილებები შეიტანონ განათლებაში, ინდუსტრიულ ურთიერთობებში და ა. შ. ეს ცვლილებები შეიძლება მოიცავდეს მატერიალურ სამყაროსაც, როგორიცაა მაგალითად ურბანული დიზაინი, არქიტექტურა ან კონკრეტული შენობის დიზაინი. საერთო ჯამში, ტექსტებს აქვთ მიზეზობრივი გავლენა და გარკვეული წვლილი შეაქვთ ადამიანების ცხოვრებაში (მათ რწმენაში, დამოკიდებულებებში და ა. შ.), ქმედებებში, სოციალურ ურთიერთობებსა და მატერიალურ სამყაროში (Fairclough 2003: 8).

1.2. პოლიტიკური დისკურსი

ძალაუფლებასთან, პირველ რიგში, ასოცირდება პოლიტიკა. როგორც წესი, თანამედროვე მსოფლიოში პოლიტიკური ძალაუფლების მოპოვება ძირითადად იარაღითა და ეკონომიკური წნეხით ხდება, განმტკიცება კი – ლინგვისტური საშუალებებით. უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ვერბალურ კომუნიკაციას. როგორც პ. ჩილტონი (Chilton 2004) აღნიშნავს, პოლიტიკა გულისხმობს განსხვავებების

მოწესრიგებას დისკურსისა და დარწმუნების გზით. შესაბამისად, კომუნიკაცია ცენტრალურ ადგილს იკავებს პოლიტიკაში. მიუხედავად იმისა, რომ პოლიტიკოსები ხშირად უარყოფენ ენის მნიშვნელოვან როლს პოლიტიკაში, იზრდება პოლიტიკური პარტიებისა და მთავრობის მიერ იმ პუბლიცისტების (ე. წ. speech writer) დაქირავების ტენდენცია, რომლებსაც ევალუბათ ინფორმაციის მონიტორინგი, თითოეული ფრაზის თუ სიტყვის კონტროლი იმისთვის, რომ ის შეესაბამებოდეს პოლიტიკურ გამოწვევებს.

თანამედროვე სამყაროში სულ უფრო აქტუალური ხდება პოლიტიკური ტექსტების კვლევა. დაგროვდა სხვადასხვა რანგის პოლიტიკურ მოღვაწეთა საჯარო გამოსვლების ანალიზი. ლინგვისტები მუშაობენ პრეზიდენტის საინაუგურაციო სიტყვაზე, პოლიტიკოსების დებატების, წინასაარჩევნო პროპაგანდისა და სხვა ტიპის პოლიტიკური გამოსვლების ანალიზზე. ამგვარი ტექსტების მთავარი მიზანი, როგორც წესი, საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირებაა, რაც, თავის მხრივ, ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების ნიმუშად შეიძლება მივიჩნიოთ.

როგორც ვან დეიკი (van Dijk 2006: 360) აღნიშნავს, „მანიპულაცია“ არის დამკვირვებლის ტიპური კატეგორია. ძალიან ცოტა მოსაუბრე თუ უწოდებს საკუთარ დისკურსს „მანიპულაციურს“. „თავის თავში მანიპულაცია მოიცავს არა მხოლოდ ძალაუფლებას, არამედ მისი მთავარი არსი ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებაა“.

პოლიტიკური დისკურსის ანალიზი არც თუ ისე ახალი ცნებაა. რიტორიკის კლასიკურ დასავლურ ტრადიციაში ორატორები ენას იყენებდნენ მასების დასარწმუნებლად. ბერძნულ-რომაული ტრადიცია ადამიანს განიხილავდა როგორც საუბრის უნარის მქონე არსებას, რომელსაც შეეძლო თანაცხოვრება სხვა ადამიანებთან.

მე-20 საუკუნის მეორე ნახევარში ლინგვისტებმა გადადგეს უზარმაზარი ნაბიჯი და ენის, როგორც ადამიანის ცნობიერების განუყოფელი ნაწილის როლი წამოწიეს წინ. ფრანკფურტის სკოლა და კრიტიკული თეორიის მიმდევრები იყვნენ ენის, პოლიტიკისა და კულტურის კავშირის ერთ-ერთი მთავარი აღმომჩენები. ფასდაუდებელია ნოამ ჩომსკისა და მისი გენერაციული თეორიის როლი.

1980-იან წლებში მოხდა ე. წ. კოგნიტური რევოლუცია, რომლის ლიდერებად მიიჩნევიან: ფილმორი, ლანგაკერი, ლაკოფი, ჯონსონი და ა. შ.

რიტორიკა, გენერაციული ლინგვისტიკა, კოგნიტური ლინგვისტიკა მჭიდრო კავშირშია პოლიტიკურ ლინგვისტიკასთან.

არსებობს პოლიტიკური დისკურსის ორი გაგება: ფართო გაგებით, პოლიტიკური დისკურსი განიმარტება როგორც პუბლიცისტური ენა. ნ. კირვალიმე ასახელებს ლანდშერის ნაშრომს 'the Political Rhetoric of United Europe', რომლის თანახმადაც, რამდენადაც პრაქტიკულად ყველა საჯარო გამოსვლას პოლიტიკური დატვირთვა აქვს, იმდენად პოლიტიკური დისკურსის განხილვა შეიძლება პუბლიცისტურ ენად, რომელიც ზოგადად გამოიყენება ურთიერთობის სოციალურ-პოლიტიკურ სფეროში.

ვან დეიკის თანახმად, პოლიტიკური დისკურსი განისაზღვრება როგორც პოლიტიკური სფეროთი შემოფარგლული ჟანრი, რომელსაც სპეციფიკური ენობრივი თეზაურუსი, გარკვეული ფუნქციური დანიშნულება და კომუნიკაციური ზემოქმედება აქვს. ვან დეიკის კონცეფციაში, პოლიტიკური დისკურსი - ეს პოლიტიკოსების დისკურსია და თუ მას მოვაქცევთ პროფესიონალურ ჩარჩოში, იგი შეიძლება ჩაითვალოს დისკურსის ინსტიტუციონალურ ფორმად. შესაბამისად, პოლიტიკოსების დისკურსად შეიძლება მივიჩნიოთ მხოლოდ ის დისკურსები, რომლებიც რეალიზდება ისეთ ინსტიტუციონალურ გარემოში, როგორიც არის სამთავრობო სხდომები, საპარლამენტო სესიები, პოლიტიკური პარტიის ყრილობები, წინასაარჩევნო კამპანიები, პოლიტიკური დებატები და სხვ.; ანუ სიტუაციები, სადაც მეტყველი სუბიექტის მიერ აზრის გამოთქმა ხდება პოლიტიკოსის ამპლუაში შესაბამის ინსტიტუციონალურ გარემოში (კირვალიმე, 2010). როგორც პ. სიმპსონი (Simpson: 2010:42) აღნიშნავს, პოლიტიკური დისკურსის კვლევისას აქცენტი კეთდება პოლიტიკოსებისა და პოლიტიკური ინსტიტუციების ენის შესწავლაზე. „პოლიტიკური“ შესაძლოა სხვადასხვა რამეს გულისხმობდეს. შესაძლოა ყოველდღიური დისკურსიც პოლიტიკურად ჩავთვალოთ. მაგალითად, შესაძლებელია ხალხმა ბოიკოტი გამოუცხადოს კონკრეტულ პროდუქტს ამა თუ იმ პოლიტიკური მოტივით იმ ქვეყნის მიმართ, სადაც არის რეპრესიული რეჟიმი და ამის სანაცვლოდ იყიდოს „არამოძალადე“ ქვეყნის პროდუქტი. ან, მაგალითად, ხალხმა შეიძლება გამოიყენოს საზოგადოებრივი ტრანსპორტი საკუთარი ავტომობილების ნაცვლად გარემოს დაცვის მოტივით.

პოლიტიკური დისკურსის ანალიზისას აუცილებელია ასევე იმის გათვალისწინება, რომ მხოლოდ პოლიტიკოსები არ არიან პოლიტიკური პროცესების მონაწილე მხარეები. პოლიტიკური კომუნიკაციის მონაწილე შესაძლოა იყოს საზოგადოება, მოქალაქე, სხვადასხვა ჯგუფისა თუ კატეგორიის წარმომადგენელი „მასები“ (ვან დეიკი 1997: 13).

პ. ჩილტონი (Chilton 2004: 3) პოლიტიკას განიხილავს, ერთი მხრივ, როგორც ბრძოლას ძალაუფლების მოპოვების მსურველებსა და მის მოწინააღმდეგეებს შორის. ზოგიერთი სახელმწიფო სწორედ ამ ტიპის ბრძოლაზეა დაფუძნებული; რამდენად წარმოადგენს დემოკრატია ძალაუფლებისთვის ბრძოლის სარბიელს, ეს საკითხი ჯერ კიდევ სადავოა. მეორე მხრივ, მეცნიერის თვალსაზრისით, პოლიტიკა გულისხმობს თანამშრომლობას, რომელიც ხელს უწყობს ინტერესთა კონფლიქტის მოგვარებას. ავტორი კითხვის ნიშნის ქვეშ ტოვებს რამდენად შეიძლება ეს ჩაითვალოს დემოკრატიად.

1.3. პოლიტიკური დისკურსის კვლევა საქართველოში

ბოლო რამდენიმე წელია საქართველოშიც გაიზარდა ინტერესი პოლიტიკური ლინგვისტიკის მიმართ. თუმცა აუცილებლად უნდა ითქვას, რომ ამ თემაზე სხვადასხვა საკითხის კვლევა ქართული ენათმეცნიერებისათვის უცხო არ არის. პოლიტიკური ლექსიკა–ფრაზეოლოგია ყოველთვის ხვდებოდა ქართველი ლექსიკოლოგებისა და ლექსიკოგრაფების, სემანტიკოსებისა და გრამატიკოსების თვალსაწიერში; მაგალითისათვის დავასახელებთ: ბ. ფოჩხუას „ქართული ენის ლექსიკოლოგიაში“ (ფოჩხუა 1974: 261–380) პარაგრაფებს „სიტყვათა ურთიერთდამოკიდებულება“ და „საკუთარი და შეთვისებული მასალა ქართული ენის ლექსიკურ ფონდში“, სადაც ბევრი რამაა საგულისხმო თანამედროვე პოლიტიკური დისკურსის მკვლევართათვის. საყურადღებოა ლ. შალვაშვილის მონოგრაფია „ქართული სალიტერატურო ენის განვითარება საბჭოთა პერიოდში“ (შალვაშვილი 1986), კერძოდ, წიგნის მესამე თავი „ზოგი ლექსიკურ–სემანტიკური ჯგუფის ტერმინოლოგიური გამდიდრება. ახალი ლექსიკური ჯგუფები“ (რომლის შიგნითაც არის მაგალითად ისეთი ქვეტავეები, რომელიც

სწორედ დისკურსანალიზის კუთხით შეფასდებოდა დღეს (ესენია: „სოციალისტური შრომის ახალი ტერმინები“, „საკოლმეურნეო ნეოლოგიზმები“ და სხვ.); ტ. ფუტკარაძე ყურადღებას ამახვილებს საქართველოს გარედან მართული პროცესების არაადეკვატური ტერმინოლოგიური შეფასების პრობლემაზე სტატიაში „საქართველოს რესპუბლიკის უზენაესი საბჭოს ორიენტირები თანამედროვე გეოპოლიტიკურ კონტექსტში“ (ფუტკარაძე: 2016). ასევე, მ. ტაბიძის „ქართული ჟურნალ-გაზეთების სახელდების მოტივაციისა და სტრუქტურის საკითხები“ (ტაბიძე 1989) და სხვა.

უფრო გვიანდელი, ე.წ. „დისკურსული აზროვნების პერიოდის“ ნაშრომებიდან ჩვენ გამოვყოფდით ჩვენს საკვლევ ობიექტთან მეტ-ნაკლებად ახლო მდგომ რამდენიმე ნაშრომს: ქ. ადეიშვილის (ადეიშვილი, 2013) ნაშრომი - „არგუმენტაცია პოლიტიკურ დისკურსში (შეპირისპირებითი ანალიზი ფრანგული და ქართული ენების მასალაზე)“ წარმოადგენს არგუმენტაციული სტრატეგიებისა და ტექნიკების გამოყენების თავისებურებების ანალიზს ფრანგულ და ქართულ პოლიტიკურ დისკურსებში. ავტორი მიმოიხილავს თუ რა გავლენას ახდენს განსხვავებული სოციალურ-კულტურული გარემო პოლიტიკური დისკურსის კონსტრუირებაზე არგუმენტაციული სტრატეგიებისა და ტექნიკების არჩევანის თვალსაზრისით. ნაშრომში არგუმენტაციის თეორიები განხილულია როგორც თანამედროვე კომუნიკაციური ლინგვისტიკის ერთ-ერთი ძირითადი მიმდინარეობა. დისერტაციაში მოცემულია კომუნიკაციური ლინგვისტიკის თეორიული მიმოხილვა. ყურადღება გამახვილებულია თანამედროვე კომუნიკაციური ლინგვისტიკის ძირითად მიმდინარეობებზე - გამონათქვამის თეორიებზე, პრაგმატიკასა და დისკურსის ანალიზზე. დისკურსის ანალიზის ფარგლებში შესწავლილია კვლევის უშუალო ობიექტი - პოლიტიკური დისკურსი. ასევე, ავტორი მიმოიხილავს არგუმენტაციის შესახებ შექმნილი მნიშვნელოვანი სამეცნიერო ლიტერატურას, მისი გენეზისიდან დაწყებული, რომელიც არისტოტელეს სახელთანაა დაკავშირებული, პერელმანის თანამედროვე ნეორიტორიკისა და პერელმანის შემდგომ შექმნილი თანამედროვე თეორიების ჩათვლით. მოცემულია მეცნიერთა მიერ შემუშავებული არგუმენტაციული სტრატეგიებისა და ტექნიკების კლასიფიკაციები. საკვლევ კორპუსად შერჩეულია ფრანგი და ქართველი პოლიტიკოსების წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ფართო აუდიტორიის დარწმუნების მიზნით წარმოთქმული დისკურსები.

კონკრეტულად, კორპუსის ფრანგულენოვანი ნაწილი წარმოდგენილია ნიკოლასარკოზის 2007 და 2012 წლის და ფრანსუა ოლანდის 2012 წლის წინასაარჩევნო დისკურსებისგან, ქართულენოვანი ნაწილი კი - მიხეილ სააკაშვილის 2007 და 2012 წლის და ბიძინა ივანიშვილის 2012 წლის წინასაარჩევნო დისკურსებისგან. კვლევაში გამოყენებულია მეთოდოლოგიის შერეული ტიპი, კონკრეტულად, კვლევა დაფუძნებულია არგუმენტაციულ, ლექსიკომეტრიულ, შეპირისპირებით და ინტერდისციპლინარულ მიდგომებზე. ავტორი განიხილავს სხვადასხვა არგუმენტაციულ სტრატეგიასა და ტექნიკას, მაგ.: ფასეულობის არგუმენტს, ავტორიტეტის არგუმენტს, პარალელურ სინტაქსურ კონსტრუქციებს, პიროვნების წარმოჩენის სტრატეგიას, მეტაფორას, მოწინააღმდეგის მადისკვალიფიკაცირებელ ენობრივ საშუალებებს, სხვადასხვა ორიენტაციის მქონე აუდიტორიაზე გამიზნულ სამეტყველო სტრატეგიასა და ა. შ. კვლევის შედეგებმა აშკარად გამოავლინა ეკონომიკურ-პოლიტიკური მდგომარეობის მიხედვით ე.წ. „განვითარებული“ საფრანგეთისა და „განვითარებადი“ საქართველოს სოციალურ-კულტურული თუ პოლიტიკური გარემოს გავლენა პოლიტიკურ დისკურსში არგუმენტაციული სტრატეგიებისა და ტექნიკების როლსა და გამოყენების თავისებურებებზე.

პოლიტიკური დისკურსის ანალიზს წარმოადგენს ასევე თ. მშვენიერაძის (მშვენიერაძე, 2014) ნაშრომი „პოლიფონია და ინტერტექსტუალურობა პოლიტიკურ დისკურსში“, რომელშიც განხილულია ფრანგული და ქართული დისკურსების მარკერები, რომლებიც დიალოგიზმის სამი ტიპის - ინტერდისკურსული, ინტერლოკუციური და ინტრალოკუციურის - და პოლიფონიის გამოხატვას ემსახურება. ავტორი აანალიზებს დიალოგიზმის პოლიტიკური დისკურსისათვის ყველაზე მეტად დამახასიათებელ ტიპებს, მათი გამოყენების სიხშირეს, გავაანალიზებთ, შესაძლებელია თუ არა, რომ ერთი და იგივე მარკერი ერთდროულად სხვადასხვა ტიპის დიალოგიზმს გამოხატავდეს. ასევე, გვაჩვენებს თუ რამდენად განაპირობებს პოლიტიკური დისკურსის სტრუქტურის თავისებურებას დიალოგიზმისა და პოლიფონიის გამოყენება ორ განსხვავებულ ენაში, როგორია ამ ენებში დიალოგიზმისა და პოლიფონიის მარკერების ბუნება და სტრუქტურა, რამდენად მრავალფეროვანია ისინი თითოეულ ენაში, როგორია მათ შორის არსებული მსგავსება-განსხვავებები. ასევე, გვთავაზობს მარკერების

საბოლოო კლასიფიკაციას. სადისერტაციო თემის კორპუსს შედგენს ფრანგი და ქართველი პრეზიდენტების დისკურსები. კერძოდ, ჟაკ შირაკის, ნიკოლა სარკოზისა და ფრანსუა ოლანდის წინასაარჩევნო და პრეზიდენტობის პერიოდში წარმოთქმული დისკურსები. ასევე, ქართველი პრეზიდენტების - მიხეილ სააკაშვილისა და გიორგი მარგველაშვილის დისკურსები.

ქ. ჭოხონელიძის (ჭოხონელიძე, 2014) სადისერტაციო ნაშრომი „პრაგმატული მარკერების ფუნქციონირების ლინგვო-პრაგმატიკული ანალიზი (ინგლისური და ქართული პოლიტიკური მედია დისკურსის მასალაზე)“ წარმოადგენს პრაგმატიკული მარკერების ფუნქციონირების შეპირისპირებით ლინგვო-პრაგმატიკულ შესწავლას ისეთი კონკრეტული მეთოდების გამოყენებით, როგორიც არის შეპირისპირებითი ანალიზის მეთოდი, ენობრივ ერთეულთა სემანტიკური, სინტაქტიკური, პრაგმატიკული ინტერპრეტაცია, ემპირიული, კლასიფიკაციისა და საუბრის ანალიზის მეთოდები. შეპირისპირებითი მეთოდი საშუალებას იძლევა, გამოვლინდეს პრაგმატიკული მარკერების ფუნქციონირების თავისებურებანი ინგლისურსა და ქართულ პოლიტიკურ მედია დისკურსში. კვლევა წარმოებს ენათა უშუალო შეპირისპირების საფუძველზე, რადგან ეს გზა შედარებით მარტივი და თვალსაჩინოა. საკვლევ მასალად აღებულია ქართული და ინგლისური ბეჭდური და ინტერნეტ მედიიდან შერჩეული, პოლიტიკურ თემაზე აღებული ინტერვიუებისაგან შემდგარი საანალიზო კორპუსი. ემპირიული მასალის სამგანზომილებიანი ლინგვო-სემიოტიკური შეპირისპირებითი ანალიზის საფუძველზე ავტორი წარმოაჩენს პოლიტიკურ ინტერვიუში, როგორც პოლიტიკური მედიადისკურსის უმნიშვნელოვანეს სეგმენტში, პრაგმატიკული მარკერების ფუნქციონირების ასპექტებს შორის არსებული იზომორფიზმები და ალომორფიზმები შესაპირისპირებელ ენებში ენობრივ-პრაგმატიკულ და ლინგვოკულტუროლოგიურ ასპექტებში. ამასთან, ხდება იმ ენობრივი ერთეულების ახლებური ხედვა ქართულ ენაში, რომლებიც წინამდებარე კვლევაში შემუშავებული კონცეფციის მიხედვით განიხილება როგორც პრაგმატიკული მარკერი.

მ. მსახურაძე (მსახურაძე 2013) სადისერტაციო ნაშრომი „ლექსიკურ-სემანტიკური და პრაგმატიკული ტრანსფორმაციები პოლიტიკურ დისკურსში (ინგლისურ, ქართულ და რუსულ ენოვან მასალაზე დაყრდნობით)“ მიმოიხილავს პოლიტიკური დისკურსის

სახეებს და მის ენობრივი თავისებურებებს მათი ლექსიკური, სემანტიკური და პრაგმატიკული ასპექტების გათვალისწინებით. განსაზღვრულია პოლიტიკური დისკურსის, როგორც დისკურსის ერთ-ერთი სახეობის, მიზნები და როლი საზოგადოებაზე ზეგავლენის მოსახდენად. ავტორი გვთავაზობს პოლიტიკური დისკურსის შეპირისპირებით ანალიზს ყოველდღიურ დისკურსთან. ემპირიული მასალის შესწავლის საფუძველზე გამოვლენილია პოლიტიკური დისკურსის ლექსიკური, სემანტიკური და პრაგმატიკული ტრანსფორმაციები. კვლევის საფუძველზე გამოვლენილია პოლიტიკური დისკურსის თარგმნის პრობლემები, რომლებიც გამოწვეულია ინგლისური, ქართული და რუსული ენების ლინგვისტური თავისებურებებით და კულტურათაშორის სხვაობით. ნაშრომში გამოყენებულია კვლევის ისეთი მეთოდები, როგორიცაა პოლიტიკური ტექსტის სემანტიკური, პრაგმატიკული, კონტექსტუალური და დისტრიბუციული ანალიზის მეთოდები, აგრეთვე პოლიტიკური დისკურსის კრიტიკული ანალიზი. გამოყენებულია სტატისტიკური ანალიზის მეთოდი. საკვლევ მასალას წარმოადგენს ქართველ, ამერიკელ და რუს პოლიტიკოსთა საჯარო გამოსვლები.

ნაშრომში შედარებულია სამი სხვადასხვა ენის პოლიტიკური წყაროები და ჩატარებულია მათი ლექსიკურ-სემანტიკური და პრაგმატიკული ანალიზი, წარმოდგენილია მათ შორის არსებული განსხვავებები და მსგავსებები, გრაფიკული და სტატისტიკური მონაცემები; ჩატარებულია ქართული პოლიტიკური დისკურსისათვის დამახასიათებელი ლინგვისტური ტრანსფორმაციების ანალიზი; ასევე, განხილულია პოლიტიკური ტექსტის თარგმნასთან დაკავშირებული პრობლემები.

საინტერესოა ასევე პოლიტიკური დისკურსის ანალიზის მიმართულებით დაწერილი რამდენიმე სტატია. იზაბელა პეტრიაშვილი (პეტრიაშვილი 2010) სტატიაში „მეტაფორა და პოლიტიკური დისკურსის პრაგმატიკა“, წარმოაჩენს ტრადიციული და კრეატიული მეტაფორის პოლიტიკურ დისკურსში გამოყენების იმ ძირითად ტენდენციებს, რაც დამახასიათებელია ამერიკელი და ქართველი პოლიტიკოსების რიტორიკისთვის. ავტორი მიიჩნევს, რომ თუკიმეტაფორა არ არის სათანადოდ აღქმული

და თუკი არ ან ვერ ხდება მისი ინტერპრეტირება აუდიტორიის მიერ, მაშინ მისი პოლიტიკური თუ კომუნიკაციური ფუნქციაც ვერ განხორციელდება.

პოლიტიკურ დისკურსს შეისწავლის ასევე ნინო კირვალიძე (კირვალიძე 2009), რომელიც თავის სტატიაში „პოლიტიკური დისკურსი და კოგნიტური მეტაფორები“ განიხილავს დისკურსს როგორც ბრძოლის იარაღს და ანალიზებს 2008 წლის რუსეთ-საქართველოს ომთან დაკავშირებულ ქართულ და ამერიკულ პოლიტიკურ დისკურსს. ამ ომს ჰქონდა მსოფლიო გამოხმაურება და მოგვიანებით მეტაფორების ომში გადაიზარდა.

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ დღეს პოლიტიკური დისკურსის თეორიული და პრაქტიკული საკითხების სხვადასხვა ასპექტით შესწავლა ქართული სამეცნიერო წრეებისათვის ერთ-ერთი გამორჩეულად საინტერესო საქმეა. ასევე, დავძენთ, რომ ლინგვოპოლიტოლოგია, როგორც სასწავლო დისციპლინა, ისწავლება ფილოლოგიური ფაკულტეტების სხვადასხვა სპეცკურსად (მათ შორის წმ.ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართულ უნივერსიტეტშიც)

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ პოლიტიკური დისკურსის ანალიზი ქართულ სინამდვილეში ევროპული თუ ამერიკული პოლიტიკური დისკურსების ანალიზის პარალელურად ხორციელდებოდა. რაც შეეხება **ჩვენს დისერტაციას**, ჩვენი მიზანია პოლიტიკური მარკეტინგის ენის ანუ წინასაარჩევნო დისკურსის ანალიზი, იმის განსაზღვრა თუ რა ენობრივი საშუალებებით ხდება ძალაუფლების გამოვლინება და საზოგადოებრივი აზრის მართვა ქართულ რეალობაში. იქედან გამომდინარე, რომ საარჩევნო გარეგნო, არჩევნების ჩატარების ხარისხი და საარჩევნო პერიოდში გამოვლენილი პოლიტიკური სურათი ქვეყნის დემოკრატიული განვითარების დონეზე მეტყველებს და როგორც წესი, ქვეყანა სწორედ წინასაარჩევნო პერიოდში მსოფლიო ყურადღების ცენტრშია, მივიჩნევთ, რომ პოლიტიკური დისკურსის ლინგვისტური ანალიზს მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ფაქტების გამოაშკარავებასა და რეალური პოლიტიკური სურათის წარმოჩენაში.

საკვლევ თემად ავირჩიეთ 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნები, რომელიც იმით იყო გამორჩეული, რომ პირველად დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში მმართველი პარტია დამარცხდა. ასევე, გავანალიზეთ 2013 წლის

საპრეზიდენტო არჩევნები, რომელიც ყველა დანარჩენი არჩევნებისგან განსხვავებით, განსაკუთრებული სიმშვიდით გამოირჩეოდა. ასევე, საკვლევ კორპუსში გამოვიყენეთ 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნები. (არჩევნების მოკლე მიმოხილვა შემდეგ თავში).

წინასაარჩევნო დისკურსის გასაანალიზებლად მივმართეთ კრიტიკული დისკურსის ანალიზს, რადგან ეს მიდგომა ყველაზე ნათლად გამოავლენს ძალაუფლების დისკურსის საშუალებით გატარების შემთხვევებს. შევეცდებით გავარკვიოთ თუ რა გავლენას ახდენს ეს თუ ის რიტორიკული ხერხი დისკურსზე და შესაბამისად, რა ფორმებით ახდენს ეს დისკურსი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას.

კრიტიკული დისკურსის ანალიზის საფუძველს წარმოადგენს სოციალური კონსტრუქციონიზმი. თავდაპირველად მიმოვიხილავთ სოციალურ კონსტრუქციონიზმს, შემდეგ თავში კი მიმოვიხილავთ კრიტიკული დისკურსის ანალიზის საფუძველებს და ძირითად პრინციპებს.

1.4. ენის როლი სოციალური რეალობის კონსტრუქციაში

პოლიტიკურ დისკურსში ქართული ენის თანამედროვე თავისებურებათა ახსნა შეუძლებელია გლობალიზაციის მიერ მოტანილი საერთო ენობრივი ტენდენციების გათვალისწინების გარეშე. და რამდენადაც კომუნიკაციის ე. წ. უსაზღვრებო სივრცეში ვტრიალებთ, და კულტურულ-ენობრივი კონტაქტების განსაკუთრებული აქტივობა აღინიშნება, ენაზე სოციალური რეალობის ქმედებისა და ენის მხრივ ამ რეალობაზე უკუქმედების მასშტაბებიც მნიშვნელოვნადაა გაზრდილი.

„როგორც ცნობილია, საზოგადოების ენობრივი კომპეტენცია დიდადაა დამოკიდებული ქვეყნის პოლიტიკურ და კულტურულ-საგანმანათლებლო დონეზე. ამ მხრივ, საქართველოში საზოგადოების სოციალურ ფენებად დაყოფის 90-იანი წლებში დაწყებული პროცესი დღეს უკვე დასასრულს უახლოვდება; საზოგადოება, სამეტყველო თავისებურებებისა და კომპეტენციის თვალსაზრისით, უკვე რამდენიმე მკაფიოდ

გამოხატულ ჯგუფად და ქვეჯგუფად დანაწილდა. ამ ჯგუფების დახასიათებისას ვხედავთ, რომ ისინი ძირითადად საზოგადოების სოციალური ნიშნით დაყოფის საზღვრებში ხვდებიან და ადამიანთა სოციალური ერთობების ენობრივ ქვესისტემებს ქმნიან“ (ტაბიძე 2015: 108).

ენისა და სოციალური რეალობის ურთიერთმიმართების კვლევა მეოცე საუკუნის მიწურულიდან განსაკუთრებით ინტენსიური გახდა.

კომუნიკაციის თეორიის ენციკლოპედიაში მოცემული განმარტებით, „სოციალური კონსტრუქტივიზმი ან სხვაგვარად - რეალობის სოციალური კონსტრუქცია წარმოადგენს ცოდნის თეორიას სოციოლოგიასა და კომუნიკაციის თეორიაში, რომელიც იკვლევს სამყაროს კოლექტიური გაგების კონსტრუირების პროცესს იგი მიიჩნევს, რომ გაგების უნარი, მნიშვნელობა და აზრი ყალიბდება არა ცალკეულ ინდივიდში, არამედ ინდივიდების ურთიერთკოორდინაციის შედეგად. არსებობს ამ თეორიის ორი ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი: 1. ვარაუდი, რომ ადამიანები თავიანთი გამოცდილების რაციონალიზებას აღწევენ სოციალური სამყაროს მოდელირებით და მისი ფუნქციების აღწერით; 2. ენა არის უმნიშვნელოვანესი სისტემა, რომლის საშუალებითაც ხდება რეალობის კონსტრუქცია“².

საზოგადოების კონსტრუქციის თეორიას ლინგვისტური თვალსაზრისით თუ განვიხილავთ, შევნიშნავთ უამრავ პერსპექტივას, რომლითაც ენა სოციალური რეალობის ყალიბის შესაქმნელ საშუალებადაც შეიძლება იქნეს განხილული. როგორც ვუდი და კროგერი (Wood, Kroger 2000) აღნიშნავენ, ენა არა მხოლოდ ასახავს და წარმოადგენს რეალობას, არამედ მას აქვს ამ რეალობის შექმნისა და კონსტრუირების ფუნქცია.

ბოლო რამდენიმე ათწლეულში აშკარად იმატა დაინტერესებამ ლინგვისტური კვლევების სოციალურ მეცნიერებებთან კავშირში განხილვის მიმართულებით. გაჩნდა ბევრი ინტერდისციპლინარული სფერო, მაგ. სოციოლინგვისტიკა, ფსიქოლინგვისტიკა, პოლიტიკური ლინგვისტიკა და სხვ. ეს შეიძლება მიგვანიშნებდეს, რომ ენა აღარ მიიჩნევა სამყაროს აღქმის პასიურ იარაღად. „ენა არ არის უბრალოდ სარკე, რომელიც პასიურად

²Leeds-Hurwitz, W. (2009). Social construction of reality. In S. Littlejohn, & K. Foss (Eds.), Encyclopedia of communication theory. (pp. 892-895). http://en.wikipedia.org/wiki/Social_constructionism#cite_note-1 access date 22.11.2014

აირეკლავს ჩვენს გარშემო არსებულ სამყაროს. ეს ურთიერთობა ორმხრივია, რადგან ენა ასახავს სამყაროს და იმავდროულად, ზემოქმედებს მასზე“ (Bax 2011: 30).

ლინგვისტური იდეალიზმი ამტკიცებს, რომ არსებობს მხოლოდ ის, რაზეც ვსაუბრობთ და არაფერია რეალური მანამ, სანამ მასზე ისაუბრებენ ან დაწერენ. ეს მოსაზრება უნივერსალურ კონსტრუქციონიზმს ეხმიანება, რომლის მიხედვითაც ყველაფერი სოციალურად კონსტრუირებულია. ამ იდეას უარყოფს ბევრი მეცნიერი, მათ შორის ჰაკინგი, ბერგერი, ლუკმანი და სხვ.

ბერგერისა და ლუკმანის (Berger, Luckmann 1991) თვალთახედვით, დაგროვილი ცოდნა გადაეცემა თაობიდან თაობას, ისწავლება როგორც ობიექტური სინამდვილე და საბოლოოდ ხდება მისი, როგორც სუბიექტური რეალობის, გათავისება. თავის მხრივ, ამ რეალობასაც აქვს ინდივიდის ფორმირების ძალა. ჩვენ ვცხოვრობთ ადამიანური ურთიერთობების ქსელში, რომელიც წესრიგდება ლექსიკის საშუალებით. ამ გზით ენა გამოიყენება ჩვენი ცხოვრების კოორდინატების აღსანიშნად საზოგადოებაში და მას ავსებს მნიშვნელობის მქონე საგნებით.

სპეციალისტები იმასაც აღნიშნავენ, რომ ენის, რომელიც ჩვენს გამოცდილებებს ასახავს, საფუძველი ყოველდღიურობაშია, სწორედ ყოველდღიურობას მიემართება ის მუდმივად, იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც მას უკვე დასრულებული მოქმედების აღსაწერად ვიყენებთ. როდესაც ვცდილობთ არა ყოველდღიური მოვლენის ინტერპრეტაციას, ენის საშუალებით მას ყოველდღიურობაში ვაბრუნებთ. ეს ხდება როგორც სიზმრად დანახული რეალობის, ისე თეორიული, ესთეტიკური თუ რელიგიური სამყაროს აღწერისას. თეორეტიკოსი ფიზიკოსები ამბობენ, რომ სივრცის ცნება ენობრივად ვერ გადმოიცემა ისევე, როგორც მხატვარს არ შეუძლია თავისი ქმნილების მნიშვნელობის გადმოცემა და როგორც მისტიკოსი ვერ აღწერს მის შეხვედრას რაღაც ღვთაებრივთან. ამის მიუხედავად, ყველა - მეოცნებე, ფიზიკოსი, მხატვარი თუ მისტიკოსი - ყოველდღიურ რეალობაში ცხოვრობს. გარდა ამისა, კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემაა ირეალურისა და სიტყვებით გადმოცემული რეალურის თანაარსებობის ინტერპრეტაცია.

ენას შეუძლია ისეთი მნიშვნელობის გადმოცემა, რომელიც ცდება „აქ და ახლ“ რეალობის საზღვრებს. ამ თვისებით ენა ჰგავს ნიშანთა სხვა სისტემებს, თუმცა, მისი

უსაზღვრო კომპლექსურობით მაინც გამოირჩევა მათგან (მაგ. ჟესტიკულაციისაგან). ენას შეუძლია გახდეს უამრავი მნიშვნელობისა და გამოცდილების ობიექტური საცავი, რომელიც დაცული იქნება დროში და გადაეცემა თაობიდან თაობას.

პირისპირ ურთიერთობისას ენას გააჩნია ურთიერთქმედების (თანაზიარობის) ბუნებრივი თვისება, რომელიც განასხვავებს მას ნიშანთა სხვა სისტემებისგან. ხმოვან ნიშანთა პროდუქცია სინქრონიზებულია საუბრის სუბიექტურ ინტენციებთან. უფრო მეტიც, როდესაც ჩვენ გვესმის ჩვენივე საუბარი, სუბიექტური მნიშვნელობები ობიექტურ მნიშვნელობებად იქცევა და შესაბამისად, მუდმივად ხელმისაწვდომი და „უფრო რეალური“ ხდება ჩვენთვის.

ბერგერი და ლუკმანი (Berger, Luckmann 1991) აღნიშნავენ იმასაც, რომ ინდივიდი საკუთარი არსებობის ობიექტივიზაციას ენის საშუალებით ახდენს. ენა „უფრო რეალურს“ ხდის ჩვენს სუბიექტურობას არა მხოლოდ მოსაუბრისთვის, არამედ ჩვენთვისაც.

ენა საკუთარ ჩარჩოებს გვახვევს თავს. ჩვენ არ შეგვიძლია ერთი ენის სინტაქსი გამოვიყენოთ სხვა ენაზე საუბრისას. მაგალითად, საკუთარ მცირეწლოვან შვილთან საურთიერთოდ გამოგონილი ენა არ გამოგვადგება სხვებთან საკომუნიკაციოდ. იძულებულები ვართ გავითვალისწინოთ საყოველთაოდ მიღებული სამეტყველო სტანდარტები იმის მიუხედავად, რომ ჩვენ შესაძლოა საკუთარი სტანდარტები შევქმნათ. ენა გვთავაზობს მზა შესაძლებლობებს არსებული სიტუაციებისა და გამოცდილებების ობიექტივიზაციისთვის.

რადგან ენას აქვს უნარი გასცდეს „აქ და ახლა“ საზღვრებს, ის გამოყოფს სხვადასხვა ზონას ყოველდღიურობაში და გადააქვს იგი შინაარსის მქონე მთლიანობაში. საზღვრები შესაძლოა იყოს როგორც სივრცული, ისე ტემპორალური და სოციალური ხასიათისა. ენის საშუალებით ჩვენ შეგვიძლია მოვახდინოთ ჩვენი ბიოგრაფიის სხვა ადამიანის ბიოგრაფიასთან სინქრონიზება. შეგვიძლია ვესაუბროთ ადამიანს, რომლის პირისპირაც არ ვიმყოფებით. შეგვიძლია აწმოვად ვაქციოთ ის, რაც „აქ და ახლა“ განზომილებისგან სივრცეში და დროშია დაშორებული. მაშინაც კი, როდესაც საკუთარ თავთან ვსაუბრობთ, მთელი სამყარო შეგვიძლია აწმოში გადმოვიტანოთ. ენა ახდენს არა მხოლოდ წარსულის რეკონსტრუქციას, არამედ წარმოსახვითი მომავლის გადმოტანას აწმოში.

ენას შეუძლია ყოველდღიურობას მოწყვეტილი სიმბოლოების არა მხოლოდ შექმნა, არამედ ამ სიმბოლოების რეალობაში გადმოტანა. აქედან გამომდინარე, სიმბოლოები და სიმბოლური ენა ყოველდღიურობის მთავარი შემადგენელი ნაწილი ხდება და ჩვენ ვცხოვრობთ ნიშნებისა და სიმბოლოების სამყაროში.

ენა ქმნის ლინგვისტურად შემოსაზღვრულ სემანტიკურ ველებსა თუ ზონებს. ლექსიკა, გრამატიკა და სინტაქსი მოძრაობაში მოდის სემანტიკური ველების ორგანიზაციის შედეგად. ენა ქმნის სხვადასხვა საგნის საკლასიფიკაციო სქემებს, ვთქვათ, გენდერის ან რიცხვის, მოქმედების ან მდგომარეობის, სოციალური ინტიმურობის დონეებს და ა. შ. მაგალითად, ზოგიერთი ენა ნაცვალსახელების საშუალებით განასხვავებს პირად და ინტიმურ დისკურსს (ფრანგული, გერმანული), რასაც ინტიმურობის ზონებს უწოდებენ.

მნიშვნელოვანია იმის გაანალიზება თუ რა კავშირია ენასა და იმ კონტექსტს შორის, რომელშიც ის ფუნქციონირებს. იმის განხილვას თუ რა ურთიერთმიმართებაა დისკურსსა და სამყაროს შორის მივყავართ დისკურსის მთავარ მახასიათებლამდე - მის ფუნქციამდე მოახდინოს თვალთახედვებისა და იდეოლოგიების კონსტრუქცია.

ნათელია, რომ სამყარო ახდენს გავლენას იმ ენაზე, რომელსაც ჩვენ ვიყენებთ და ვირჩევთ. მაგალითად, ბევრ ენაში იყენებენ მდედრობითი და მამრობითი სქესის აღმნიშვნელ სხვადასხვა ნაცვალსახელს. მაგრამ არსებობს ენები, რომლებშიც საერთოდ არ არის გამოხატული სქესის კატეგორია.

დისკურსის ანალიზისას გადამწყვეტია იმის გათვალისწინება, რომ ენას შევხედოთ ფართო კონსტრუქტივიზმის თვალთახედვით. სოციალური კონსტრუქცია ფილოსოფიური მიდგომაა, რომელიც მიიჩნევს, რომ ჩვენ გარშემო არსებული სამყარო, კონკრეტულად, სოციალური სამყარო, ჩვენ მოგვეწოდება ფორმირებული სახით, მაგრამ გარკვეულწილად, მისი „კონსტრუქცია“ ჩვენ მიერვე ხდება.

დისკურსის ანალიზი ითვალისწინებს იმას, რომ ენა გადამწყვეტ როლს თამაშობს რეალობის კონსტრუქციის პროცესში. სტივენ ბაქსს მაგალითად მოჰყავს სკოლის მოსწავლის მაგალითი, რომელსაც ეუბნებიან, რომ „სკოლის პერიოდი საუკეთესოა მის ცხოვრებაში“. ეს არ არის ფაქტის ჩვეულებრივი დაფიქსირება. ამ წინადადებით უფროსები ცდილობენ სკოლის წლების სასურველი ფორმით კონსტრუირებას იმ

მიზნით, რომ ბავშვს მეტი მოტივაცია მიეცეს იაროს სკოლაში და გახდეს ბეჯითი მოსწავლე. დისკურსის ანალიზის მთავარი პრინციპია იმის გათვალისწინება, რომ სოციალური გარემო არ არსებობს ჩვენ მიერ მისი კონსტრუირების გარეშე.

ენის საშუალებით სამყაროს კონსტრუქციის კიდევ ერთი მაგალითია ტექსტის მეშვეობით ადგილის კონსტრუქცია. მაგალითად, როდესაც სამოგზაურო სააგენტოები კლიენტებს რეკომენდაციას უწევენ დაისვენონ ამა თუ იმ ადგილას, ისინი ამზადებენ სარეკლამო ბროშურებს, სადაც ტექსტს თან ერთვის ამ ადგილის ამსახველი ფოტომასალა. ტექსტში გამოყენებული ლექსიკა მკითხველის წარმოდგენაში აყალიბებს აზრს დანიშნულების ადგილის შესახებ. ამ ადგილს მკითხველისთვის კიდევ უფრო მიმზიდველს ხდის ფოტოები.

ს. ბაქსს (Bax 2011) მოჰყავს გენდერის კონსტრუქციის საინტერესო მაგალითიც, როდესაც საგაზეთო სტატია მკითხველს გარკვეულ წარმოდგენას უქმნის ადამიანებზე, მაგალითად, ინგლისის ლეიბორისტული პარტიის წევრზე ჰარიეტ ჰარმენზე. ეს ქალბატონი აწარმოებდა კამპანიას ისეთ სერიოზულ საკითხზე, როგორიცაა ქალებისთვის მამაკაცის თანასწორი ხელფასის გადახდა. მედიის მიერ ეს ფაქტი შესაძლებელია წარმოჩენილიყო როგორც მნიშვნელოვანი პოლიტიკური ფიგურის მიერ განხორციელებული სერიოზული ინტერვენცია. თუმცა, მოხდა სხვაგვარად. ბრიტანულმა გაზეთმა „დეილი მეილმა“ ის შეამკო ისეთი ეპითეტებით, როგორიცაა „გრძელფეხება“, „საყვარელი“ და ა. შ. ამით გაზეთმა მოახერხა მკითხველის ყურადღება გადაეტანა სხვა თემაზე. პოლიტიკოსის ქალურობაზე აქცენტის გაკეთებით მოხდა რეალური პრობლემის მიჩქმალვა და ნაკლებ მნიშვნელოვნად წარმოჩენა. უფრო მეტიც, სტატიით ხაზი გაესვა იმ სტერეოტიპულ შეხედულებას, რომლის მიხედვითაც ქალი წარმოადგენს მეორეხარისხოვან, „დეკორაციულ“ ფიგურას და არ შეიძლება მას შევხედოთ სერიოზულად. ამ მაგალითით ავტორმა გვაჩვენა თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ენა, თითოეული სიტყვა, განსაზღვრების თუ ზმნის შერჩევა, რადგან სიტყვების საშუალებით ხდება სამყაროს შესახებ მკითხველის შთაბეჭდილების ფორმირება. შესაბამისად, „დისკურსი უნდა განვიხილოთ არა როგორც უბრალოდ ფაქტების გადმოცემის ნეიტრალური საშუალება, არამედ როგორც

კონსტრუქციონისტული მექანიზმი, რომელიც მონაწილეობს ჩვენ გარშემო არსებული სამყაროს შექმნაში.

თითოეული სიტყვა წარმოქმნის ღირებულებების, ემოციებისა და რწმენის სიმრავლეს, რთულ გონებრივ ქსელს, რომელიც აყალიბებს ჩვენს წარმოდგენას აღწერილ ადამიანზე. გაზეთის ჟურნალისტის შემთხვევაში, სტატიის ავტორი სიტყვების შერჩევით გამოხატავს ამა თუ იმ იდეოლოგიის მხარდაჭერას და ამით გავლენას ახდენს მკითხველზე, რომელიც დადებითად ან უარყოფითად განეწყობა ჟურნალისტის მიერ აღწერილი პიროვნების ან მოვლენის მიმართ. ენობრივი მასალის არჩევანი აღვივებს ძლიერ იდეოლოგიურ განწყობებს, რაც გათვალისწინებული უნდა იქნეს კრიტიკული დისკურსის ანალიზის დროს (Bax 2011).

ს. ბაქსის თვალსაზრისით, პოლიტიკოსებისა და პოლიტიკური ინსტიტუციების მიმართ უნდობლობა არ არის ახალი. ჯერ კიდევ პლატონი, ციცერონი და არისტოტელე ამბობდნენ, რომ პოლიტიკოსები იყენებენ დარწმუნებისა და მანიპულაციის რიტორიკას ხალხის მოსატყუებლად. სიტყვების ძალის შესახებ იცოდა ჯორჯ ორველმაც. ორველმა აღწერა ტოტალიტარული რეჟიმის კომმარი, საზოგადოების ტოტალური ლინგვისტური მანიპულაცია. ინგლისელი მწერალი თავის პოლიტიკურ რომანში „1984“ აღწერს ფიქტიური ქვეყნის - ოკეანეთის დაპირისპირებას ევრაზიასთან. სრულიად მოულოდნელად იცვლება სიტუაცია და ოკეანეთის მტრად გვევლინება ისტაზია, ოკეანეთის ყოფილი მოკავშირე. რომანის მთავარი გმირი უინსტონი ამ ფაქტის შესახებ იგებს დემონსტრაციაზე და უწევს სასწრაფოდ დაბრუნება „სიმართლის სამინისტროში“, სადაც ის მუშაობს. ამ სამინისტროში იქმნება პოლიტიკური ლიტერატურა. პოლიტიკური ცვლილებებიდან გამომდინარე მოულოდნელად ირკვევა, რომ ის, რაც აქამდე დაწერილა, სრულიად გამოუსადეგარია. ამ პერიოდში დაწერილი ყველა გაზეთი, წიგნი, ბროშურა, ფილმი თუ ფოტომასალა სასწრაფოდაა გასასწორებელი. ერთი კვირის ფარგლებში უნდა განადგურდეს ან გასწორდეს ყველა ის მასალა, რომელშიც ოკეანიის ყოფილ მოკავშირესთან ურთიერთობებია დაფიქსირებული. რომანის ამ მონაკვეთით კარგად ჩანს ორველის დამოკიდებულება ხელისუფლების მიერ საზოგადოებრივი აზრის კონსტრუქციაზე. ავტორი გვაჩვენებს, თუ როგორ შეიძლება მრავალწლიანი პროპაგანდის საშუალებით საზოგადოებრივი აზრით მანიპულირება.

მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ტექსტი არ არის გამიზნული სიცრუის შესაქმნელად, საზოგადოება ურთიერთდაპირისპირებული მხარეების გავლენის ქვეშ მოხვედრის მუდმივ საფრთხეშია. როგორც რომანში „1984“ ჩანს, ტექსტები უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს კონკურენტული იდეოლოგიებისა თუ მოსაზრებების ბრძოლის პროცესში. შესაბამისად, დისკურსის ანალიზისას გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ ტექსტები შესაძლოა წარმოადგენდნენ ამა თუ იმ მოვლენის ცალმხრივ და მიკერძოებულ აღწერას, ლინგვისტური არჩევანი შესაძლოა იქცეს ერთი კონკრეტული აზრის წინ წამოწევის და უპირატესობის ჩვენების საშუალებად.

რამდენიმე ლინგვისტმა გამოიყენა ორველის თვალთახედვა თავიანთ ლინგვისტურ კვლევებში. მეცნიერთა ამ ჯგუფს მიეკუთვნება ნოამ ჩომსკიც, რომელიც ცნობილია ამერიკის სახელმწიფო პოლიტიკის, განსაკუთრებით კი შტატების საგარეო პოლიტიკისა და მასმედიის მიერ განხორციელებული პროპაგანდის/დარწმუნების პოლიტიკის კრიტიკით. ჩომსკის ვერ ვუწოდებთ კრიტიკულ ლინგვისტს, რადგან მისი „ტრანსფორმაციულ-გენერაციული გრამატიკა, რომელიც არ განიხილავს ენას როგორც სოციო-პოლიტიკური პროცესის ნაწილს. მაგრამ როცა ის საუბრობს „თანხმობის მიღწევაზე“ პოლიტიკური რიტორიკის საშუალებით, ის მიმართავს დისკურსს (Simpson 2010).

ფილიპსისა და ჰარდის თანახმად, „სოციალური რეალობა არ არსებობს დისკურსის გარეშე და ჩვენ ვერ მოვახდენთ ჩვენი რეალობის, გამოცდილებების, საკუთარი თავის შეცნობას დისკურსის გაანალიზების გარეშე“ (Phillips, Hardy 2002: 2). დისკურსის საშუალებით სოციალური სუბიექტები ქმნიან ცოდნას, სიტუაციებს, სოციალურ როლებს ისევე, როგორც იდენტობებსა და ინტერპერსონალურ ურთიერთობებს (De Cillia et al 1999: 157).

დისკურსის ანალიზის კიდევ ერთი განუყოფელი ნაწილია იმის გაანალიზება, რომ ენა არის გარკვეული ტიპის თვალსაზრისებისა და იდეოლოგიის კონსტრუქციის საშუალება. ის, რაც ერთი შეხედვით ღია და ფართოდ გავრცელებულ მოსაზრებად გამოიყურება, შეიძლება შეფარვით ძალაუფლებისა და უსამართლობის ასპექტებსაც შეიცავდეს

1.5. დისკურსის ანალიზი

1.5.1. დისკურსის კვლევა თანამედროვე სამყაროში

ყოველდღიურად ვიღებთ უამრავ ინფორმაციას ჩვენი ოჯახის, მეგობრების, საზოგადოების, კულტურის, ჩვენი ქვეყნის და საერთოდ, სამყაროს შესახებ. ამაში გვხვდება სხვადასხვა ტიპის მედია: ტელევიზია, ფილმები, გაზეთები, ჟურნალები და ა. შ. ყველაფერს რასაც ვკითხულობთ ან გვესმის, ვუწოდებთ დისკურსს. დისკურსი ჩვენი ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია. თანამედროვე ტექნოლოგიების წყალობით თავს გვახვევია უამრავი ინფორმაცია, ამიტომაც, ჩვენს საუკუნეს ხშირად „ინფორმაციის საუკუნეს“ უწოდებენ (Lynne et al. 2006:7).

საინტერესოა ისიც, რომ ჩვენ არ ვართ პასიური მკითხველები ან მსმენელები, რომლებიც ფაქტებსა და აზრებს ღრუბელივით ვისრუტავთ. ყველა დისკურსს ჩვენ ვძენთ საკუთარ ცოდნას, გამოცდილებას და თვალსაზრისს. ჩვენ ვიღებთ და ვიჯერებთ იმას, რასაც ვკითხულობთ ან გვეუბნებიან, ეჭვის ქვეშ ვაყენებთ ან შეგვიძლია საერთოდაც არ დავიჯეროთ. ვცდილობთ სიღრმისეულად გამოვიძიოთ დისკურსი იმის გასარკვევად თუ რა ითქვა, რატომ და რა შეგრძნებებს აღძრავს ნათქვამი ჩვენში.

დისკურსის ანალიზის ერთ-ერთი მთავარი მკვლევარი ნორმან ფერკლაუფი გვარწმუნებს, რომ დისკურსი დღეს უფრო მნიშვნელოვანია ვიდრე კაცობრიობის ისტორიის ნებისმიერ სხვა მონაკვეთში. ავტორის თვალსაზრისით, ახალი საზოგადოება ცოდნაზეა ორიენტირებული და ენის როლი თანამედროვე სოციო-ეკონომიკურ ცვლილებებში ისეთი მნიშვნელოვანია, როგორც აქამდე არასდროს ყოფილა (Fairclough 2001:104).

საინტერესოა, რა საშუალებებით ხდება დისკურსის კვლევა თანამედროვე სამყაროში. რა ლინგვისტური მიდგომები და მეთოდოლოგია გამოიყენება დისკურსში ჩადებული იდეოლოგიის გამოსავლენად.

ბოლო რამდენიმე ათწლეულია ლინგვისტიკის მიმართ გაიზარდა ინტერესი სხვა ჰუმანიტარული მეცნიერებების მხრიდან და შეიქმნა ბევრი ინტერდისციპლინარული დარგი, რაც მეტყველებს იმაზე, რომ საჭირო გახდა მეცნიერების ყოველდღიურობაში

შემოტანა. ჩამოყალიბდა ფსიქოლინგვისტიკა, პოლიტიკური ლინგვისტიკა, სოციოლინგვისტიკა და სხვა მიმართულებები.

ნ. ფერკლაუფი (2001) მიმოიხილავს ენობრივი კვლევის შემდეგ მიდგომებს: ლინგვისტიკას, სოციოლინგვისტიკას, პრაგმატიკას, კოგნიტურ ფსიქოლოგიას და ხელოვნურ ინტელექტს, საუბრისა და დისკურსის ანალიზს.

ლინგვისტიკა გულისხმობს „გრამატიკის შესწავლას“ ფართო გაგებით: ენის ბგერათა სისტემას **ფონოლოგია** შეისწავლის, სიტყვის გრამატიკული სტრუქტურას იკვლევს **მორფოლოგია**, წინადადებას კი **სინტაქსი**. ლინგვისტიკა ფართოდ იქნა აღიარებული ჰუმანიტარულ მეცნიერებებში ადამიანურ ფენომენტა შორის ენის ცენტრალური პოზიციიდან გამომდინარე...”

სოციოლინგვისტიკა ჩამოყალიბდა ნაწილობრივ ლინგვისტიკის გარეთ არსებული დისციპლინების (ძირითადად ანთროპოლოგიისა და სოციოლოგიის) გავლენის საფუძველზე და შეეხება ენის სოციალურად განპირობებული ვარიაციების არსებობას. მეცნიერების ერთი ნაწილი სოციოლინგვისტიკას მენისტრიმული ლინგვისტიკის დამატებით, შემავსებელ მიმართულებად მიიჩნევს. მენისტრიმული ლინგვისტიკა ენის სისტემას იკვლევს, ხოლო სოციოლინგვისტიკა სოციალური გარემოს შესაბამისად ცვლად ენას (ენის გამოყენებას). მეცნიერთა მეორე ნაწილი სოციოლინგვისტიკას მენისტრიმული ლინგვისტიკის სოციალურად არარეალისტური ასპექტების კვლევის მცდელობას მიაწერს. სოციოლინგვისტიკამ აჩვენა ლინგვისტურ (ფონოლოგიურ, მორფოლოგიურ, სინტაქსურ) ფორმებსა და სოციალურ ცვლადებს შორის არსებული სისტემური კორელაცია. სოციალურ ცვლადებში იგულისხმება სოციალური ფენები, რომლებსაც ამა თუ იმ ენაზე მოსაუბრეები მიეკუთვნებიან, ლინგვისტურ ინტერაქციაში მონაწილეთა სოციალური კავშირები, განსხვავებული სოციალური გარემო და შემთხვევები, თემების მრავალფეროვნება და ა. შ. სოციოლინგვისტიკა, როგორც ენის სოციალურად შექმნილი ბუნების მკვლევარი, კრიტიკული ლინგვისტიკის განვითარების ერთგვარ წინაპირობადაც შეიძლება მივიჩნიოთ.

რაც შეეხება პრაგმატიკას, ის ენას განიხილავს როგორც ქმედების ფორმას: წერილობითი თუ ზეპირი გამონათქვამებით ხორციელდება ისეთი სამეტყველო აქტები, როგორებიცაა დაპირება, თხოვნა თუ გაფრთხილება და ა. შ. **პრაგმატიკის** მთავარი

სისუსტე მის ინდივიდუალიზმში გამოიკვეთება: მიიჩნევა, რომ „მოქმედება“ გამომდინარეობს ინდივიდისგან, მხოლოდ ინდივიდის მიზნებისა და განზრახვების მიხედვით ხდება მისი კონცეპტუალიზება. კიდევ ერთი პრეტენზია, რასაც პრაგმატიკის წინააღმდეგ გამოთქვამენ არის ის, რომ პრაგმატიკა განიხილავს ისეთ დისკურსს, როგორიც ის შეიძლება ყოფილიყო იდეალურ სამყაროში ვიდრე ისეთს, როგორიც რეალურადაა. ასევე, პრაგმატიკა შემოიფარგლება მხოლოდ შეთხზული გამონათქვამების ანალიზით და არ ინტერესდება გაშლილი დისკურსით. აქედან გამომდინარე, ე. წ. „სამეტყველო აქტები“ პრობლემატურია მაშინ, როცა მათ გამოყენებას რეალური დისკურსის ანალიზისას ცდილობენ (Fairclough 2001: 6-8).

სემანტიკა სიტყვის მნიშვნელობის გარკვევას ცდილობს კონტექსტის გარეშე. ხოლო პრაგმატიკას მნიშვნელობას განიხილავს როგორც კონტექსტის ერთ-ერთ ფუნქციას (მასში მოიცავს მოსაუბრეებს, მსმენელებს, სასაუბრო სიტუაციას, საბაზო ცოდნას). როგორც წესი, სიტყვის მნიშვნელობის გამოსარკვევად ხშირ შემთხვევაში საჭიროა არა მხოლოდ ზოგადი კონტექსტი, არამედ მისი გამოყენების ზუსტი კონტექსტის გათვალისწინება.

პრაგმატიკის ერთ-ერთი საკვლევი სფეროა ის შეუსაბამობები, რაც სტანდარტულად არსებობს ნათქვამს, ნაგულისხმევსა და ხალხის მიერ ინტერპრეტირებულ რეალობას შორის; გაგებისა და პროდუქციის პროცესის უფრო დეტალურ კვლევას გვთავაზობს კოგნიტური ფსიქოლოგია, ასევე ხელოვნური ინტელექტის წარმომადგენლები, რომლებიც მუშაობენ პროდუქციისა და გაგების კომპიუტერულ სიმულაციაზე.

რაც შეეხება **დისკურსის** ანალიზს, ის ახალი ლინგვისტური მიმართულებაა, რომელიც მჭიდრო კავშირშია ისეთ დისციპლინებთან, როგორებიცაა ლინგვისტიკა, სოციოლოგია, ანთროპოლოგია, კოგნიტური ფსიქოლოგია და სხვ.

ამ და კიდევ მრავალ სხვა მიდგომას შეაქვს წვლილი დისკურსის ანალიზის პროცესში, მაგრამ სანამ ავხსნით, თუ რომელ მეთოდს ან მიმართულებას ვიყენებთ ჩვენს ნაშრომში, სასურველია განვმარტოთ, თუ რა არის ტექსტი და დისკურსი, რა მიმართებაა მათ შორის და ლინგვისტიკის რომელი დარგები და მეთოდები გამოიყენება მათ ანალიზისას.

დისკურსის თეორია აღმოცენდა როგორც ინტერდისციპლინარული მცდელობა მოეხდინა ლინგვისტიკისა და ჰერმანევტიკის ინტეგრაცია სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებებთან. ამ მცდელობას ხელი შეუწყო ენისა და პოლიტიკის მნიშვნელოვანი როლის აღიარებამ საზოგადოებრივი ტრანსფორმაციის პროცესში. სოციალური და პოლიტიკური მოვლენები ცვლიან ჩვენს ლექსიკას, და ლინგვისტური ბუნდოვანება და თეორიული ინოვაციები ხელს უწყობს ახალი პოლიტიკური სტრატეგიებისა და პროექტების წინსვლას (Howarth et al. 2004: 5).

დ. ჰოვართი და ჯ. თორფინგი გამოყოფენ დისკურსის თეორიის სულ მცირე სამი თაობას ან ტრადიციას:

დისკურსის თეორიის პირველი თაობა დისკურსს განსაზღვრავს ტექსტუალური ერთეულის ვიწრო ლინგვისტური გაგებით. ეს ერთეული უფრო დიდია, ვიდრე წინადადება და ყურადღებას ამახვილებს ზეპირი თუ წერილობითი ტექსტის სემანტიკურ ასპექტებზე. დისკურსის თეორიის ამ ადრეულ თაობაში შეიმჩნევა ინტერესი ინდივიდუალური მოსაუბრეების მიერ ენის რეალურ გამოყენებაზე. სოციოლინგვისტიკა ანალიზებს კავშირს მოსაუბრის სოციალურ-ეკონომიკურ სტატუსსა და მის ლექსიკას შორის, მაშინ როცა კონტენტანალიზი იკვლევს კონკრეტული სიტყვების, წინადადებებისა თუ სიტყვათშეთანხმებების გამოყენებას. არსებობს საუბრის ანალიზის სხვა ფორმებიც.

პირველი თაობის მკვლევართა ძირითადი მახასიათებელია ის, რომ ისინი არ ცდილობენ სოციოლინგვისტიკის, კონტენტანალიზისა და საუბრის ანალიზის დაკავშრებას დისკურსის ანალიზთან, რომელიც იკვლევს პოლიტიკასა და ძალაუფლებებს შორის ბრძოლას. პირველი თაობა შემოიფარგლება დისკურსის სემანტიკური ასპექტების კვლევით, იდეოლოგიისა და ძალაუფლების თემა კი მათი ყურადღების მიღმა რჩება.

დისკურსის თეორეტიკოსთა მეორე თაობა დისკურსს უფრო ფართოდ განიხილავს. დისკურსი არ შემოიფარგლება მხოლოდ სასაუბრო და წერილობითი ენით. მ. ფუკოს გავლენით, კრიტიკული დისკურსის ანალიზს ავითარებს ნორმან ფერკლაუფი. დისკურსში იგულისხმება სოციალური პრაქტიკის ფართო სპექტრი. მიიჩნევა, რომ

დისკურსის პრაქტიკა იდეოლოგიურია. სოციალურ კლასებსა და ეთნიკურ ჯგუფებს შეაქვთ წვლილი იდეოლოგიური დისკურსის შექმნაში თავიანთი ჰეგემონიური ძალაუფლების შენარჩუნების ან საწინააღმდეგო ჰეგემონიის დამყარების მიზნით. აქედან გამომდინარე, იდეოლოგიურ დისკურსის ანალიზს წვლილი შეაქვს არა მხოლოდ სოციალური და პოლიტიკური წყობის რეპროდუქციაში, არამედ მის ტრანსფორმაციაში. კრიტიკული დისკურსის ანალიზი იკვლევს დისკურსში ძალაუფლების ეფექტებს.

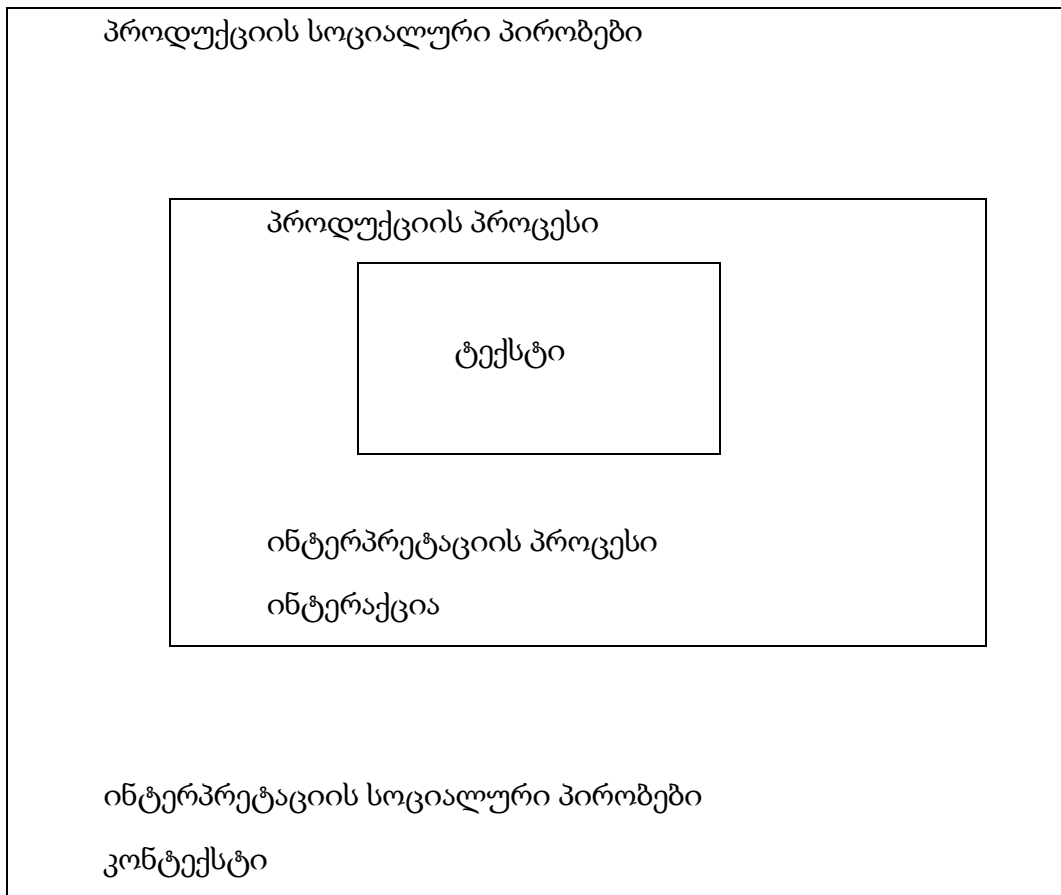
ფუკო ნაკლებად ინტერესდება დისკურსულსა და არადისკურსულს შორის განსხვავებით. ის ცდილობს დაშორდეს დისკურსის კვაზი-სტრუქტურალისტურ მიდგომას, რაც მისი ადრეული ნაწერებისთვისაა დამახასიათებელი და ცდილობს მეტი ყურადღება დაუთმოს ძალაუფლებებს შორის ბრძოლას, რომელიც აყალიბებს კონკრეტული დისკურსულ ფორმაციებს.

მესამე თაობა კიდევ უფრო აფართოებს დისკურსის ცნებას და მოიცავს ყველა სოციალურ ფენომენს. დისკურსად აღარ ითვლება მთელი სოციალური სისტემის კონკრეტული ნაწილად, ის უკვე გახდა სოციალურის მომიჯნავე ცნება (Howarth et al. 2004. 5-8).

რა არის ტექსტი? ტექსტი დისკურსის შემადგენელი ნაწილია. ფერკლაუფის თანახმად, „ტექსტი არის უფრო პროდუქტი, ვიდრე პროცესი“ (Fairclough 2001: 20)

რაც შეეხება ტერმინ „დისკურსს“, ფერკლაუფი იყენებს სოციალური ინტერაქციის მთელი იმ პროცესის აღსანიშნად, რომლის მხოლოდ ნაწილს წარმოადგენს ტექსტი. ეს მოიცავს შექმნის პროცესს, რომლის პროდუქტსაც წარმოადგენს ტექსტი, და **ინტერპრეტაციას**, რომლის წყაროც ტექსტია. შესაბამისად, ტექსტის ანალიზი დისკურსის ანალიზის მხოლოდ ნაწილია. ის ასევე მოიცავს პროდუქციის პროცესის ანალიზს და მეორეს მხრივ, ინტერპრეტაციის პროცესის მნიშვნელოვანი ნაწილია.

ფერკლაუფი გვთავაზობს ცხრილს (Fairclough 2001: 21) რომელშიც დისკურსი წარმოდგენილია, როგორც ტექსტი, ინტერაქცია და კონტექსტი:



ფერკლაუფის თანახმად, ტექსტის ანალიზი ხდება სამი ძირითადი მიმართულებით, გაანალიზდება:

ა. ლექსიკა:

1. რა ემპირიული მნიშვნელობები აქვს სიტყვას?
2. რა კავშირებრივი მნიშვნელობები აქვს სიტყვას (რას მიემართება, აკავშირებს წინადადებაში)?

3. რა ექსპრესიული მნიშვნელობები აქვს სიტყვას?

4. რა მეტაფორებია გამოყენებული?

ბ. გრამატიკა:

5. რა ემპირიული მნიშვნელობები აქვს გრამატიკულ კატეგორიებს (მახასიათებლებს)?

6. რა კავშირებრივი მნიშვნელობების მატარებელია გრამატიკული კატეგორიები?

7. რა ექსპრესიული მნიშვნელობები აქვს გრამატიკულ კატეგორიებს?

8. როგორაა დაკავშირებული (მარტივი) წინადადებები ერთმანეთთან?

გ. ტექსტუალური სტრუქტურა:

9. რა ტიპის ინტერაქციული შეთანხმებებია გამოყენებული?

10. რა მასშტაბის სტრუქტურები გააჩნია ტექსტს? (Fairclough 2001: 92)

ინტერპრეტაცია რთული პროცესია, რომელიც სხვადასხვა ასპექტს მოიცავს. ნაწილობრივ ინტერპრეტაციაში იგულისხმება სიტყვების, წინადადებების ან ტექსტის უფრო ვრცელი მონაკვეთების და ასევე იმის გაგება თუ რა იგულისხმა მოსაუბრემ ან მწერალმა/ზეპირი ან წერილობითი ტექსტის ავტორმა. საინტერესოა განსჯისა და შეფასების საკითხიც: მაგალითად იმის გარკვევა, გულწრფელად ითქვა თუ არა ის, რაც ითქვა, ლაპარაკობენ თუ არა ადამიანები სოციალური და ინსტიტუციონალური გარემოს გათვალისწინებით. უფრო მეტიც, ინტერპრეტაციას უკავშირდება ახსნითი ელემენტი - ჩვენ ხშირად ვცდილობთ გავიგოთ, რატომ საუბრობენ ან წერენ ადამიანები ასე. ფაქტი ერთია. ტექსტების ერთი ნაწილი უფრო ვრცელ ინტერპრეტაციას იღებს, ვიდრე დანარჩენი ნაწილი. ტექსტები ზოგჯერ ძალიან გამჭვირვალეა და პირიქით, ძალიან ბუნდოვანი. ინტერპრეტაცია ზოგჯერ უპრობლემოდ და ავტომატურად ხორციელდება, მაგრამ ზოგჯერ ბევრ ფიქრს მოითხოვს იმის დადგენა თუ რატომ ითქვა ან დაიწერა ესა თუ ის ტექსტი (Fairclough 2003: 11). გასათვალისწინებელია ის, რომ არ არსებობს ტექსტის „ობიექტური“ ანალიზი და ვერც ერთი ანალიზი ვერ იქნება ბოლომდე სრულყოფილი. (Fairclough 2003: 14).

ფერკლაუფი (Fairclough 2003) განასხვავებს ტექსტების „გარეგან“ და „შინაგან“ მიმართებებს. „**ექსტერნალური**“ ანუ გარეგანი მიმართებები გულისხმობს ტექსტების კავშირს სოციალური მოვლენების სხვა ელემენტებთან. შესაბამისად, აუცილებელია ტექსტის გაანალიზება სოციალურ და ეთნოგრაფიულ გარემოსთან მიმართებით.

ტექსტის „**ინტერნალური**“ ანუ შინაგანი კავშირები გულისხმობს ისეთი ფაქტორების გაანალიზებას, როგორებიცაა:

- **სემანტიკურ** კავშირები - მიმართებებს სიტყვებსა და უფრო ვრცელ გამონათქვამებს შორის, წინადადებებს და მის ნაწილებს შორის, და ტექსტის უფრო ვრცელ ნაწილებს შორის;

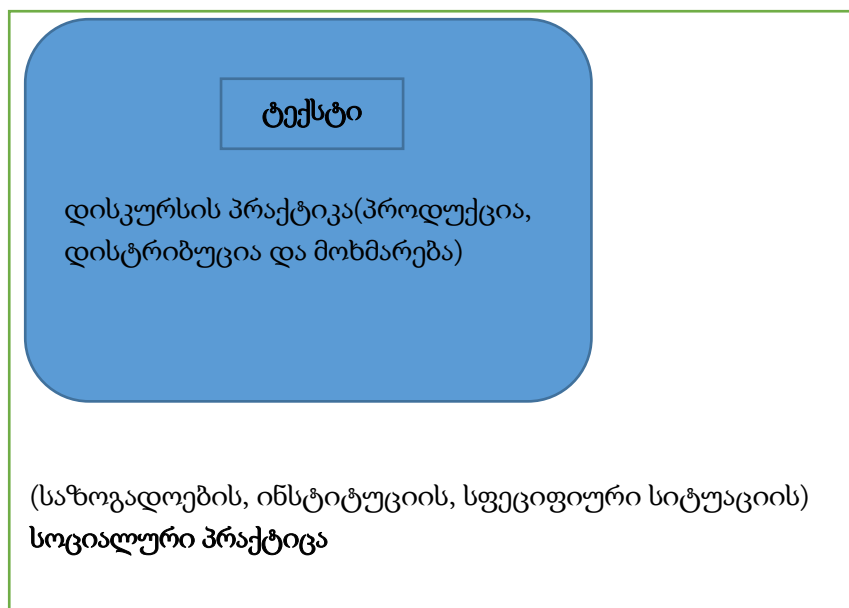
- გრამატიკული კავშირები სიტყვებში მორფემებს შორის, ფრაზაში სიტყვებს შორის, წინადადებებს შორის და ა. შ.;

- ლექსიკური ურთიერთობები: მაგ. კოლოკაციებს შორის მიმართებები;

- ფონოლოგიური კავშირები - ზეპირი ენის ურთიერთმიმართებები, ინტონაცია და რიტმი; წერილობითი ენის გრაფოლოგიური კავშირები (Fairclough 2003: 36).

ს. ბაქსის თვალსაზრისით, სინტაქსისა და ლექსიკის გაგება სრულიად არ არის საკმარისი ტექსტის სრულყოფილად გასაგებად. ამისთვის გაცილებით მეტი ცოდნაა საჭირო. ტექსტის ინტერპრეტაციაში გვხვდება როგორც ლექსიკის, ისე სინტაქსის, ტექსტის ტიპების, სამყაროს სხვადასხვა ასპექტების, ადამიანის ქცევის და ცოდნის სხვა მრავალი ასპექტის გათვალისწინება. (Bax 2011: 7) ს. ბაქსი ასევე აღნიშნავს, რომ როგორც ენის მომხმარებლები, ჩვენ უმრავლეს შემთხვევაში წარმატებით ვართმევთ თავს ამა თუ იმ ტექსტის გაგებას გრამატიკაზე, ლექსიკაზე, სტრუქტურასა თუ ფორმაზე ყურადღების გამახვილების გარეშე. თუმცა, იმისთვის რომ გავარკვიოთ თუ როგორ ფუნქციონირებს დისკურსი, საჭიროა ყველა ამ დეტალის სათითაოდ გაანალიზება. ფართო სამყაროსეული ცოდნის გარდა, ტექსტის ინტერპრეტაციისას, როგორც წესი, ჩვენ მივმართავთ პირად გამოცდილებასაც (Bax 2011:11).

ფერკლაუფი გვთავაზობს დისკურსის სამგანზომილებიან მოდელს (Simpson 2010: 54):



საინტერესოა ასევე სტივენ ბაქსის ენობრივი მასალის გაგებისთვის საჭირო ცოდნის ტიპები, რომელიც ცხრილის სახითაა წარმოდგენილი (Bax 2011: 9 – ცხრილი 1.1):

დონე	ცოდნის ტიპი
სამყარო	სამყაროს ზოგადი საერთო (საზიარო) ცოდნა (ადამიანები, ადგილები და ა. შ.)
საზოგადოება და კულტურა	სოციო-კულტურული ცოდნა: სოციალური ურთიერთობებისა და სოციალური როლების გაგება
კონტექსტი	პრაგმატული ცოდნა: სამეტყველო აქტები და ა. შ. ფიზიკური ფაქტორები და სხვა ტიპის კონტექსტუალური ინფორმაცია.
ტექსტი და ჟანრი	ინტერტექსტუალური ურთიერთობები ჟანრები, ჟანრობრივი ფუნქციები ჟანრების სტრუქტურა
კონცეპტუალური სტრუქტურა	დისკურსის სახეები მენტალური (ფსიქიკური) მოდელები სქემატური ცოდნა (სქემები, ჩარჩოები და სკრიპტები.

რაც შეეხება დისკურსს, იგი საკმაოდ მოდური სიტყვაა და მისი გამოყენება ხშირად არასწორადაც ხდება თანამდროვე სამეცნიერო საზოგადოებაში.

დ. შიფრინის (Shiffrin 1994) თანახმად, არსებობს დისკურსის დეფინიციის ორი ზოგადი მიდგომა. პირველის მიხედვით, დისკურსი განიხილება როგორც ენის გარკვეული ერთეული, რომელიც წინადადებაზე „მაღლა“ დგას (ანუ უფრო დიდია და ვრცელი ვიდრე წინადადება). რადგან ამ მიდგომით აქცენტი ენობრივ ფორმაზე კეთდება, მას დისკურსის ფორმალისტურ ან სტრუქტურალისტურ დეფინიციას უწოდებენ. დ. კამერონის (Cameron 2001) აზრით, ლინგვისტები ენას ექცევიან როგორც „სისტემათა სისტემას“, რომელშიც თითოეულ სისტემას აქვს სტრუქტურისა და ორგანიზაციის განსაკუთრებული ფორმა. თუ დისკურსის ანალიზი იკვლევს „წინადადებაზე მაღლა მდგომ ენობრივ ერთეულს“, ეს ნიშნავს იმას, რომ ის იძიებს იმ ერთეულების ყალიბებს (სტრუქტურას, ორგანიზებას), რომლებიც უფრო ვრცელია, ვიდრე წინადადება.” მეცნიერის აზრით, დისკურსის ფორმალისტური აღწერისთვის გამოსადეგია ტექსტის შემდეგი მახასიათებლები: კოჰეზია, ნარატივი, კაუზატიურობა და მოტივაცია (Richardson 2007: 21).

დისკურსი არის „განხორციელებული/ამოქმედებული ენა“. ენა უფრო აბსტრაქტული ცნებაა, რომელიც გვთავაზობს კონკრეტულ ნიმუშებსა და წესებს, რომლებიც ფუნქციონირებს სხვადასხვა დონეზე (მაგ. გრამატიკული, სემანტიკური, მორფოლოგიური და ა. შ. სისტემის დონეზე), დისკურსი კი არის ამ ნიმუშებისა და წესების განხორციელება რეალურ კონტექსტში. სხვა სიტყვებით, დისკურსი მუშაობს გრამატიკული და სემანტიკური დონის მიღმა და მოიცავს ყველაფერ იმას, რის ფორმირებასაც ენა ახერხებს სხვადასხვა სოციალურ, პოლიტიკურ თუ კულტურულ ასპარეზზე“ (Simpson 2010: 5).

მ. სტაბსის თანახმად, დისკურსის ერთ-ერთი მთავარი ელემენტია აქცენტი ავთენტური და არა გამოგონილი ტექსტების შესწავლაზე. მეორეს მხრივ, დისკურსი მოცულობით გაცილებით დიდია, ვიდრე ტექსტი. ასევე, დისკურსის ინტერპრეტაციისას ენობრივი მასალა განიხილება კონტექსტში, რაც გულისხმობს იმას, რომ დისკურსი არაა ცალკე აღებული ენობრივი ერთეული და მას მნიშვნელობას აძლევს კონტექსტი, რომელშიც ის გვხვდება (Stubbs 1983: 20).

სტაბსის განსაზღვრებები უპირისპირდება ნოამ ჩომსკის (Chomsky 1965) თეორიულ გრამატიკას. ჩომსკის მიმდევრები ეწინააღმდეგებიან ზემოთმოყვანილ მოსაზრებებს და

გრამატიკული საკითხები საილუსტრაციოდ იყენებენ არა ავთენტურ ენობრივ მასალას, არამედ შეთხზულ წინადადებებს. ისინი ასევე უგულებელყოფენ გამონათქვამის კონტექსტს, ყურადღებას ამახვილებენ მხოლოდ წინადადების გრამატიკულ ასპექტზე და არ ინტერესდებიან დიდი მოცულობის ტექსტებით.

ჩომსკი ენას მიიჩნევს ადამიანის ტვინის გენეტიკურ კომპონენტად (თანდაყოლილ და არა ევოლუციით ფორმირებულ პროდუქტად), რომელიც თავისუფალია სოციალურ-პოლიტიკური ზემოქმედებისგან. ეს არ გამორიცხავს ენის განუყოფელ კავშირს საზოგადოებასა და პოლიტიკასთან (Chilton 2004: 25).

პ. ჩილტონი საუბრობს ენის ორ მნიშვნელოვან როლზე, რაც მოიცავს სოციალური ჯგუფის წევრ სხვა ინდივიდებთან ინტერაქციასა და სახელმწიფო საქმეების რეპრეზენტაციას (Chilton 2004: 29).

ჯ. რიჩარდსონის თანახმად, ხელოვნური იქნება დისკურსის მხოლოდ ვერბალურ ჩრილში განხილვა. საუბარი დაკავშირებულია ჟესტიკულაციასთან, სახის გამომეტყველებასთან, მოძრაობასთან, პოზასთან იმ დოზით, რომ მისი გაგება შეუძლებელია ამ „დამატებითი“ მასალის მხედველობაში მიღების გარეშე (Richardson 2007: 22). ბრაუნი და იულის (Brown and Yule 1983: 24), დისკურსის ანალიზის გულისხმობს გააქტიურებული, გამოყენებული ენის ანალიზს. შესაბამისად, ის არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ ლინგვისტური ფორმების ანალიზით (Richardson 2007: 23).

1.5.2. კრიტიკული დისკურსის ანალიზი (კლა)

დისკურსის ანალიტიკური კვლევის ერთ-ერთი ტიპს წარმოადგენს კრიტიკული დისკურსის ანალიზი, რომელიც სწავლობს პირველ რიგში, საზოგადოებრივ ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების საშუალებებს, დომინირებისა და უთანასწორობის გამომწვევ მიზეზებს, რომელიც იქმნება და გაკრიტიკებულია ტექსტებში და საუბარში სოციალურ და პოლიტიკურ კონტექსტში. კლა მიზნად ისახავს საზოგადოებრივი უთანასწორობის გაგებას, გამოაშკარავებასა და საბოლოოდ, მასთან შებრძოლებას. კრიტიკული დისკურსის ანალიზის საფუძველს გარკვეულწილად წარმოადგენს მეორე

მსოფლიო ომამდელ პერიოდის ფრანკფურტის სკოლის კრიტიკულ თეორია (van Dijk 2008: 85).

როგორც ს. სეინტი (Saint 2008) აღნიშნავს, კლას-ს დროს მკვლევრის მთავარი ამოცანა არაა დაჩაგრული ჯგუფის თანაგრძნობა ან დაცვა. კლას უფრო ინტერესდება ძალაუფლების განხორციელების კერებით, იკვლევს, თუ როგორ ახერხებენ ძალაუფლების მქონე ჯგუფები სუსტის დაჩაგრვას და საკუთარი ინტერესებისა და მიზნების განხორციელებას (Luke 2008). როდესაც ინფორმაცია გამოაშკარავდება, ხალხს ეძლევა სტიმული შეცვალოს თავისი ცხოვრება და წინააღმდეგობა გაუწიოს ე. წ. მჩაგვრელ ძალებს (McGregor 2003).

კრიტიკული დისკურსის ანალიზის წვლილი მდგომარეობს იმაში, რომ ის გვაჩვენებს, თუ როგორ ხდება დისკურსის გამოყენება ძალაუფლების მოსაპოვებლად და შესანარჩუნებლად და გვაჩვენებს, რომ დისკურსი ხშირად არ არის ისეთივე ნეიტრალური, როგორც ერთი შეხედვით ჩანს. როგორც დ. ბოლინგერი (Bolingier 1980) აღნიშნავს, ენა „სასროლად გამზადებული იარაღია“ (Bax 2011: 32).

არსებობს კრიტიკული დისკურსის ანალიზის სამი ძირითადი მიმართულება. ვან დეიკმა შემოგვთავაზა სოციალურ-კოგნიტური მოდელი, რ. ვოდაკმა დისკურსის ისტორიული (Discourse-Historical Approach) მიდგომა. ხოლო ფერკლაუფმა დისკურსის კვლევის სოციალურ-კულტურული მიდგომა განავითარა.

ვან დეიკი ყურადღებას ამახვილებს კოგნიტურ კავშირზე დისკურსსა და საზოგადოებას შორის. სოციალურ-კოგნიტური მოდელი იკვლევს, თუ როგორ ახდენს მმართველი ჯგუფი იდეოლოგიის პროპაგანდას დისკურსის საშუალებით და როგორ ითვალისწინებს სამიზნე აუდიტორიის მენტალურ მოდელს, მათ შემეცნებას. მეცნიერის (van Dijk 1995: 2) თანახმად, საერთო მენტალური განწყობები „აკონტროლებს ადამიანების ქმედებას, მეტყველებას თუ წერას, ასევე იმას, თუ როგორ იგებენ ისინი სხვების სოციალურ პრაქტიკას“. ვან დეიკი ასევე იკვლევს „ჩვენ“ „მათ“ დიქოტომიას, რომელშიც იგულისხმება საკუთარი თავის პოზიტიურად, სხვების კი ნეგატიურად წარმოჩენის მახასიათებლები. სწორედ ამ საკითხს ეთმობა დისერტაციის მნიშვნელოვანი ნაწილი (მომდევნო თავებში).

რაც შეეხება ფერკლაუფის სოციალურ-კულტურულ მიდგომას, ის ეფუძნება სისტემურ ფუნქციურ ლინგვისტიკას. წლების მანძილზე ფერკლაუფი იკვლევს იდეოლოგიის გამოვლინებას დისკურსში. მეცნიერის მოსაზრებით, კომუნიკაციური აქტის სრულყოფილი ანალიზისთვის შესწავლილი უნდა იქნეს სამი რამ, ესაა ტექსტი, დისკურსი და სოციოკულტურული პრაქტიკა (Fairclough 1995), Chouliaraki & Fairclough 1999).

ფერკლაუფი (Fairclough 1995) ტექსტს მიიჩნევს მულტიფუნქციურად მისი რეპრეზენტაციის, მწერალსა და მკითხველს შორის არსებული დამოკიდებულების და იდენტობის ასპექტების კონსტრუქციის თვალსაზრისით. მისი წარმოდგენით, ლინგვისტური ანალიზი მნიშვნელოვანია იდენტობების ჰეგემონიური რეპრეზენტაციის არსებობისა თუ არარსებობის და დისკურსის მონაწილეებს შორის ურთიერთობების დასადგენად.

ფერკლაუფის (Fairclough 1992: 84) თვალსაზრისით, დისკურსი შედგება ორი მთავარი კომპონენტისგან. ესენია: ინსტიტუციონალური პროცესი და დისკურსის პროცესი, რომელიც ცნობილია როგორც „ინტერტექსტუალურობა“. ინტერტექსტუალურობა გულისხმობს ტექსტის კავშირს სხვა ტექსტებთან.

მიკერძოებულობის თავიდან ასაცილებლად, დისკურსის ისტორიული ანალიზის მიხედვით, რ. ვოდაკი (Wodak 2002) გვთავაზობს კლა-ის ყველა მეთოდის გამოყენებას კვლევაში ემპირიულ მასალასთან და კონტექსტთან ერთად. ის მოიცავს ისტორიული, სოციოლოგიური და პოლიტიკური სფეროების კვლევას, რადგან სწორედ კონტექსტი წარმოადგენს ტექსტის გაგების საუკეთესო საშუალებას. ისტორიული კონტექსტის შესწავლა გამოარჩევს დისკურსის ისტორიულ ანალიზს კლა-ის სხვა მიდგომებისგან. რ. ვოდაკი (Wodak & Ludwig 1999) მიიჩნევს, რომ მხოლოდ ენის საშუალებით ხდება სოციალური პროცესებისა და ინტერაქციის გამომჟღავნება. იმავდროულად, ენა მონაწილეობს ამ პროცესების შექმნაშიც.

ვენ დეიკის თანახმად, დისკურსის კვლევა განსაზღვრულია როგორც „კრიტიკული“ იმ შემთხვევაში, როდესაც ის აკმაყოფილებს შემდეგ კრიტერიუმებს:

- დომინირება შეისწავლება დომინანტი ჯგუფის ინტერესების გაანალიზების კუთხით;
- დომინანტი ჯგუფების გამოცდილება ასევე გამოიყენება გაბატონებული დისკურსის შეფასების სამხილად;
- ხდება იმის გამომჟღავნება, რომ დომინანტი ჯგუფის დისკურსული ქმედება არალეგიტიმურია;
- შესაძლებელია გაბატონებული დისკურსის ალტერნატივების ფორმულირება ისე, რომ ის შეესაბამებოდეს ადამიანების იმ ჯგუფის ინტერესებს, რომლებიც არიან გავლენის ქვეშ.

როგორც ვან დიიკი აღნიშნავს, „დომინირება“ გულისხმობს „საზოგადოებრივი ჯგუფის მიერ საზოგადოებრივი ძალაუფლების ბოროტად გამოყენებას“ (van Dijk 2008: 6).

მნიშვნელოვანია კრიტიკული დისკურსის ანალიზის ისტორიის მიმოხილვა, რადგან ეს არის წინაპირობა იმისა, რომ გავიგოთ რატომ და როგორ შეიძლება ამ მეთოდის გამოყენება. კრიტიკული დისკურსის ანალიზის განვითარდა ე. წ. „კრიტიკული ლინგვისტიკის“ ბაზაზე. კრიტიკული ლინგვისტიკა კი სათავეს იღებს აღმოსავლეთ ანგლიის უნივერსიტეტში 1970-იან წლებში. მისი შექმნა განაპირობა იმ გარემოებამ, რომ საჭირო გახდა სოციალური იერარქიისა და ძალაუფლების შესწავლის გამოყენებით, რათა არ ინტერესდებოდა სოციოლინგვისტიკა. კლ-ის გამოყენება დაიწყო 1990-იანი წლების ბოლოს, როდესაც საზოგადოებაში გაჩნდა სოციალური პრობლემები, რაც ძირითადად უკავშირდებოდა უსამართლობის გამოვლენას სხვადასხვა სფეროში, მაგ. განათლებასა და სოციალურ-ეკონომიკურ სფეროებში. სოციალურ ფენებს შორის არსებული უფსკრულის ზრდამ მკვლევრებს მისცა სტიმული გაერკვიათ პრობლემის არსი და ეპოვათ გამოსავალი, რითაც ისინი შეძლებდნენ ადამიანების დახმარებას. კლ-ს საფუძველი ჩაეყარა ლანკასტერის უნივერსიტეტში და მის ფუძემდებლებად ითვლებიან ნორმან ფერკლაუფი, რუს ვოდაკი და სხვები. როგორც **კრიტიკული ლინგვისტიკა ისე კრიტიკული დისკურსის ანალიზი ინტერესდება** სოციალურ-პოლიტიკური მნიშვნელობის საკითხებით, როგორიცაა: პოლიტიკური რიტორიკა, მედიადისკურსი, რასიზმი, ნაციონალიზმი, სექსიზმი, განათლება და სხვ.

თეორეტიკოსები ცდილობდნენ განევითარებინათ კრიტიკული თეორიები, რაც ძირითადად მარქსისტულ თეორიებს ეფუძნებოდა; კლავდია ერდნოზა ა. გრამსკის, ჯ. ჰებერმასის, მ. ფუკოს, პ. ბორდიუსა და სხვათა თეორიებსაც.

კრიტიკული დისკურსის ანალიზის მთავარ მიზანს წარმოადგენს უსამართლობის შემცირება, ეთიკური სტანდარტების დაკმაყოფილება და სოციალური სამართლიანობის დაცვა. შესაბამისად, როდესაც კრიტიკული თეორია დისკურსის კვლევებს მიემართება, ის არკვევს, როგორ შეიძლება დისკურსი ან ენობრივი პროცესები გამოვიყენოთ სოციალური პრობლემებისა და უსამართლობის დასამარცხებლად მორალური პრინციპების გათვალისწინებით. კლავდია-ის ერთ-ერთი წარმომადგენელი ვან დეიკი ამბობს, „კლავ არ ინტერესდება მხოლოდ ძალაუფლებით, მისი კვლევის მთავარი სამიზნეა ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, დომინირების ფორმების კვლევა, რისი შედეგიცაა უთანასწორო და უსამართლობა“ (van Dijk 2008:1).

კრიტიკული დისკურსის ანალიზი განიხილავს ახალი ამბების ტექსტებს, რეკლამებს, პოლიტიკურ ინტერვიუებსა და გამოსვლებს, ექიმისა და პაციენტის ინტერაქციას, საკონსულტაციო სხდომებს, გასაუბრებსა და სხვა ე. წ. „უთანასწორო შეტაკებებს“. ამ ტიპის დისკურსისთვის დამახასიათებელია ისეთი ლინგვისტური სტრატეგიები, რომლებიც ზედაპირულად ნეიტრალური და ნორმალური ჩანს, სინამდვილეში კი შეიძლება იყოს იდეოლოგიით გაჯერებული. ამიტომაც, ტერმინი „კრიტიკული“ გულისხმობს დისკურსში გამოხატული იდეოლოგიის გამომჟღავნებას და იმის გამორკვევას, თუ როგორ ხდება ძალაუფლების სტრუქტურების კონსტრუირება დისკურსში და დისკურსის საშუალებით (Simpson 2010: 51).

რ. ვოდაკი გამოყოფს კრიტიკული დისკურსის ანალიზის ოთხ მთავარ შემადგენელ ნაწილს: კრიტიკას, ძალაუფლებას, ისტორიასა და იდეოლოგიას. კლავ ძირითადად ინტერესდება სხვადასხვა სოციალურ ინსტიტუციებში ენობრივად გამოვლენილი იდეოლოგიით. კლავ მიზნად ისახავს ტყუილის გამომჟღავნებასა და პრევენციას, დისკურსის განმარტებას იდეოლოგიების გამომჟღავნებით. კრიტიკული დისკურსის ანალიზი მიმართავს კვლევის ინტერდისციპლინარულ მიდგომას (Wodak 2007).

სამეცნიერო თვალსაზრისით, კლა არის ინტერდისციპლინარული, პრობლემებზე ორიენტირებული, აერთიანებს თეორიასა და მეთოდოლოგიას საკვლევი ობიექტის შესწავლის პროცესში, ეთნოგრაფია და სხვა სამუშაოები კლა-ის საკმაოდ გავრცელებული მეთოდებია, თეორია და ემპირიული მასალა აუცილებელია კვლევისას, კვლევის თემები მრავალჟანრობრივია, ყოველთვის ხდება ისტორიული ფონის გათვალისწინება, კვლევის შედეგები გამოსადეგია რეალურ სამყაროში და ქმნის საფუძველს შემდგომი კვლევებისთვის. კლა ემყარება ენის სოციალურ თეორიას, რომლის თანახმადაც დისკურსი არის სოციალიზაციის მნიშვნელოვანი ელემენტი. სოციალიზაცია ეფუძნება კომუნიკაციურსა და ინტერაქციულ პრაქტიკას და მისი მიზანი დისკურსის საშუალებით მიიღწევა. ფერკლაუფისა და ვოდაკის თანახმად (1997), „დისკურსი საზოგადოების მაკონსტრუირებელია, და იმავდროულად, თავად არის სოციალურად განპირობებული. ის არის კონსტრუქციული იმ მოსაზრებით, რომ შეუძლია სტატუს-კვოს როგორც შენარჩუნება, ისე მისი რეპროდუქცია ისე, რომ წვლილი შეიტანოს მის ტრანსფორმირებაში“ (Fairclough & Wodak; 1997: 258).

პალტრიჯი გამოყოფს კრიტიკული დისკურსის ანალიზის ოთხ პრინციპს: 1) დისკურსში აისახება და კონსტრუირდება სოციალური და პოლიტიკური საკითხები; 2) დისკურსის საშუალებით ხდება ძალაუფლების განხორციელება; 3) დისკურსი ასახავს და ადადგენს საზოგადოებრივ ურთიერთობებს და 4) დისკურსის მეშვეობით აისახება და იქმნება იდეოლოგიები. (Paltridge 2006: 178-184). სწორედ ამ პრინციპებს მიმართავს ბევრი მეცნიერი.

პალტრიჯი (Paltridge 2006) აღნიშნავს იმასაც, რომ ინდივიდები, რომლებსაც შეუძლიათ ღიად კომუნიკაცია არიან ძალაუფლების მქონე პირები. სწორედ ისინი არიან პრივილეგირებულები გააზიარონ საკუთარი აზრები. ეს შეიძლება აიხსნას მთავრობისა და ხალხის ურთიერთობებით. თუ მთავრობა მხარს უჭერს პოლიტიკას, რომელიც სასარგებლოა დომინანტი ჯგუფისთვის, იქმნება ძალების შეუსაბამობა და უმცირესობები იჩაგრებიან. დისკურსს კი შეუძლია ამ პრობლემის მოხსნა. უმცირესობებმა უნდა ეძებონ დისკურსებში მონაწილეობის საშუალებები.

რუს ვოდაკი გამოყოფს კრიტიკული დისკურსის ანალიზის შემდეგ პრინციპებს:

1. **კლა განიხილავს სოციალურ პრობლემებს.** უფრო კონკრეტულად, კლა ყურადღებას ამახვილებს იმ პროცესებსა და სტრუქტურებზე, რომლებიც ქმნის და ინარჩუნებს უთანასწორობას.

2. **ძალებს შორის ურთიერთობა დისკურსულია,** რაც იმას ნიშნავს, რომ ეს კავშირი დისკურსში ხორციელდება.

3. **დისკურსი ატარებს იდეოლოგიურ სამუშაოს.** ვოდაკი იდეოლოგიას განმარტავს როგორც საზოგადოების რეპრეზენტაციისა და კონსტრუქციის კონკრეტულ საშუალებას, რაც წარმოშობს ძალებს შორის არათანასწორ ურთიერთობებს, როგორიცაა დომინირება, ექსპლუატაცია და სხვ.

4. **დისკურსი ისტორიულია,** რაშიც იგულისხმება ის, რომ არც ერთი წერილობითი თუ ზეპირი დისკურსი არ არსებობს თავისთავად. ის უკავშირდება სხვა დისკურსებს, რომლებიც არსებობდა მანამდე და მათზე ზემოქმედებდნენ გარემომდებელი ადამიანები თუ მოვლენები. აქედან გამომდინარე, ვოდაკი აკეთებს დასკვნას, რომ დისკურსის გაგება ვერ მოხერხდება მისი კონტექსტის გათვალისწინების გარეშე.

5. **დისკურსი სოციალური ქმედების ფორმაა.** ვოდაკი კრიტიკული დისკურსის ანალიზს განიხილავს როგორც „სოციალური საკითხებით გაჯერებულ სამეცნიერო პარადიგმას, რომლის მთავარი მიზანია დისკურსის პრაქტიკის შეცვლა სოციალური უთანასწორობის აღმოფხვრის მიზნით“ (Lynne et al. 2006: 24).

ფერკლაუფი მიიჩნევს, რომ კრიტიკული დისკურსის ანალიზის ერთ-ერთი მთავარი საკვლევი ობიექტია **იდეოლოგიის** გავლენა, რაშიც იგულისხმება ტექსტის მიერ იდეოლოგიის შექმნა, შენარჩუნება და ცვლილებები. იდეოლოგია აფუძნებს, ინარჩუნებს და ცვლილებები შეაქვს ძალაუფლების, დომინირებისა და ექსპლუატაციის სოციალურ მიმართებებში.

ფერკლაუფის მიერ დასახელებული კრიტიკული დისკურსის ანალიზის ძირითადი ამოცანებია:

ა) სოციალური პრობლემების გამოაშკარავება;

ბ) ხალხისთვის ტექსტის რეალური მნიშვნელობის ჩვენება, რათა მათ შეძლონ ძალაუფლებასთან გამკლავება;

გ) პროცესების, ურთიერთობებისა და საზოგადოების სტრუქტურებს შორის არსებული კავშირის ახსნა. ამა თუ იმ მოვლენაში, ტექსტებსა და დისკურსში გამოვლენილი ძალაუფლების გაანალიზება;

დ) ხალხის წახალისება ძალების შეუსაბამობის, უსამართლობისა და არადემოკრატიულ პრაქტიკის წინააღმდეგ საბრძოლველად.

ფერკლავებმა გამოყო კრიტიკული დისკურსის ანალიზის სამი განზომილება:

- **აღწერა** არის ტექსტის ფორმალური მახასიათებლების მიმოხილვის ეტაპი.
- **ინტერპრეტაცია** მიემართება ტექსტსა და ინტერაქციას შორის არსებულ კავშირს. ინტერპრეტაციისას განიხილავენ ტექსტს, როგორც პროდუქციის პროცესის პროდუქტს, რესურსს ინტერპრეტაციის პროცესში.
- **განმარტება** მიემართება ინტერაქციასა და სოციალურ კონტექსტს შორის არსებულ კავშირს - პროდუქციისა და ინტერპრეტაციის სოციალურ ჭრილში განხილვას და მათ სოციალურ ეფექტებს (Fairclough 2001: 21).

როგორც დისკურსის ანალიზს, ისე კლას-ს აქვს კვლევის სხვადასხვა მეთოდი. ვან დეიკის თანახმად, ორივე მეთოდისთვის მნიშვნელოვანია შემდეგი საკითხების კვლევა:

- გრამატიკული (ფონოლოგიური, სინტაქსური, ლექსიკური, სემანტიკური) ანალიზი;
- სამეტყველო და კომუნიკაციური აქტების პრაგმატული ანალიზი;
- რიტორიკული ანალიზი;
- სტილისტიკა;
- სპეციფიკური სტრუქტურების: მოთხრობების, ახალი ამბების, საპარლამენტო დებატების, ლექციების, რეკლამებისა და ა. შ. ანალიზი;
- საუბრის კომუნიკაციური ანალიზი;
- ბგერების, გამოსახულებებისა და დისკურსისა და გამონათქვამის სხვა მულტიმოდალური შესაძლებლობების ანალიზი და ა. შ.

ანალიტიკური მიდგომების გარდა, დისკურსის კვლევები მოიცავს სოციალურ მეცნიერებათა სხვა მეთოდებს. ესენია:

- მონაწილეებზე დაკვირვება;
- ეთნოგრაფიული მეთოდები;
- ექსპერიმენტები (van Dijk 2008: 2-3).

მომდევნო თავებში მიმოვიხილავთ პოლიტიკურ მარკეტინგს და ბოლო სამი არჩევნების წინასაარჩევნო სიტუაციას საქართველოში. ასევე, შევეცდებით გავანალიზოთ კრიტიკული დისკურსის როლი ამ ტიპის დისკურსის კვლევაში.

II თავი

პოლიტიკური მარკეტინგი და პიარი

2.1. პოლიტიკური მარკეტინგის ძირითადი მახასიათებლები

ძალაუფლების მოპოვების და მისი შენარჩუნების ერთ-ერთ მთავარ საშუალებად შეიძლება მივიჩნიოთ პოლიტიკური მარკეტინგი. ჩვენს ნაშრომში მოცემულია ცდა დადგინდეს და დახასიათდეს პოლიტიკური მარკეტინგის ძირითადი მახასიათებლები და მისი ეფექტიანი გამოყენებისთვის საჭირო ხერხები. განსაკუთრებულ ყურადღებას ვამახვილებთ ენის როლზე წინასაარჩევნო პოლიტიკური მარკეტინგის წინასაარჩევნო კამპანიაში და ვარკვევთ, რა სახით იყო იგი გამოვლენილი ქართულ პოლიტიკურ დისკურსში 2012, 2013 და 2014 წლის არჩევნებში.

ეკონომიკის სფეროში მარკეტინგის წარმატებულმა გამოყენებამ გააჩინა მისი პოლიტიკაში გამოყენების ინტერესი. განვითარებულ ქვეყნებში მნიშვნელოვანი თანხები იხარჯება მარკეტინგულ კვლევებში და წარმატების მიღწევა პოლიტიკური მარკეტინგის გამოყენების გარეშე ფაქტობრივად შეუძლებელი გახდა თანამედროვე მსოფლიოში. ბოლო პერიოდში გახშირდა კომერციული მარკეტინგის წარმომადგენლების უფრო და უფრო აქტიური ჩართულობა პოლიტიკური დარწმუნების სფეროში.

ს. კელი (Kelley 1956) იყო პირველი, ვინაც გამოიყენა ტერმინი „პოლიტიკური მარკეტინგი“. კელისთვის მარკეტინგი ძირითადად იყო დარწმუნების საშუალება, რაც გარკვეულწილად პირველი მსოფლიო ომის პროპაგანდას უკავშირდებოდა, მაგრამ თანდათან საჭირო გახდა ეპოვით სოციალური კონტროლის ახალი ინსტრუმენტები. იქედან გამომდინარე, რომ პროპაგანდა მაინც უარყოფითი კონოტაციის მატარებელია, საჭირო გახდა ახალი, ნეიტრალური ტერმინის შერჩევა.

არსებობს პოლიტიკური მარკეტინგის ბევრი განმარტება:

ერთ-ერთი განსაზღვრებით, „პოლიტიკური მარკეტინგი არის პოლიტიკური და ელექტორალური პროგრამების ანალიზი, დაგეგმვა, განხორციელება და კონტროლი, რაც ითვალისწინებს პარტიასა და ამომრჩეველს შორის სასარგებლო ურთიერთკავშირის

შექმნასა და შენარჩუნებას პოლიტიკური მარკეტინგის საბოლოო მიზნების მისაღწევად“ (O’Cass 1996) ციტირებულია (Lees-Marshment 2009: 29).

ბ. ნიუმენის განმარტებით, „პოლიტიკური მარკეტინგი გულისხმობს სხვადასხვა ინდივიდისა და ორგანიზაციის მიერ მარკეტინგული პრინციპებისა და პროცედურების პოლიტიკურ კამპანიებში გამოყენებას“ (Newman 1999: xiii. ციტირებულია Lees-Marshment 2009: 29).

პოლიტიკური მარკეტინგი არის „პროცესი, რომლითაც პოლიტიკური კანდიდატები და იდეები მიმართულია ამომრჩევლისკენ იმ მიზნით, რომ დააკმაყოფილოს მათ პოლიტიკური საჭიროებები და შესაბამისად, მოიპოვონ მათი მხარდაჭერა (Shama 1973: 764).

კრიტიკული თეორიის თანახმად, მარკეტინგი არის იდეოლოგიურად დატვირთული ფენომენი. იგი შორსაა „ნეიტრალურობისგან“ (Morgan 1992).

მარკეტინგი არის მეთოდი, რომლის საშუალებითაც ხდება პოზიციონირება და კომუნიკაციის სტრატეგიების განხორციელება სამიზნე აუდიტორიის დამოკიდებულების, ცნობიერების ამაღლებისა და გამოხმაურების (რეაქციის) კვლევის ჩათვლით (Lock and Harris 1996: 22).

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ პოლიტიკური მარკეტინგი არის პოლიტიკური და ბიზნესის მარკეტინგის სტრატეგიების ერთობლიობა. აღსანიშნია ისიც, რომ პოლიტიკური მარკეტინგი არის პოლიტიკური პროცესი, რომელიც არ შემოიფარგლება წინასაარჩევნო პერიოდით ან პოლიტიკური კომუნიკაციებით.

პოლიტიკური მარკეტინგი წარმოადგენს კომერციული მარკეტინგის ტექნიკისა და კონცეფციების გამოყენებას პოლიტიკაში. იგი სხვადასხვა დოზით გამოიყენება მსოფლიოს გარშემო. ბევრი პოლიტიკური პარტია ატარებს ბაზრის კვლევას გამოკითხვებისა და ფოკუს ჯგუფების საშუალებით, შემდგომ კი ამას იყენებს ამომრჩევლის მოსაზიდად. პოლიტიკური პარტიები იყენებენ არა მხოლოდ მარკეტინგულ ტექნიკას, ისინი ასევე იყენებენ მარკეტინგს იმის გადასაწყვეტად თუ რა შესთავაზონ საზოგადოებას - რა პოლიტიკა აირჩიონ, რომელი ლიდერები ყავდეთ თავიანთი პოლიტიკის წარსადგენად, არჩევენ კომუნიკაციის საუკეთესო საშუალებებს. პოლიტიკური მარკეტინგი ბევრად მეტია ვიდრე პოლიტექნოლოგიები დ პიარი

წინასაარჩევნო კამპანიისას. პარტიები იყენებენ ისეთ მარკეტინგულ ხერხებსაც, როგორიცაა სეგმენტაცია, მიკრო-სამიზნე, ელექტრონული მარკეტინგი და ა. შ.

სახელმწიფო სამსახურში ჩადგომის შემდეგ, მარკეტინგი გადაიქცა საზოგადოებაზე გავლენის მოხდენის სტრატეგიად. ის ზეგავლენას ახდენს მოქალაქეთა ურთიერთობებსა და ქცევაზე საყოველთაოდ მნიშვნელოვანი ამოცანების განხორციელების მიზნით. პოლიტიკური მარკეტინგი წარმოადგენს საზოგადოების სტაბილური და მდგრადი განვითარების ინსტრუმენტს (მაცაბერიძე 2003: 130).

ლიზ-მარშმენტის (Lees–Marchment 2001) მიხედვით, მარკეტინგის თვალსაზრისით არსებობს პარტიების სამი მოდელი:

1) ბაზარზე ორიენტირებული პარტიები

ბაზარზე ორიენტირებული პარტიების მთავარი არსი მდგომარეობს იმაში, რომ ხდება სხვადასხვა ხერხის გამოყენება ამომრჩევლის მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ბაზარზე ორიენტირებული პარტია იყენებს პოლიტიკური განსჯის უნარს ქცევის ისე ჩამოსაყალიბებლად, რომ უპასუხოს და დააკმაყოფილოს ამომრჩევლის მოთხოვნები ისე, რომ მათი ინტერესებიც გათვალისწინებული და ორგანიზაციის მიერ მხარდაჭერილი აღმოჩნდეს. პოლიტიკური მარკეტინგი უნდა გამოიყენებოდეს ხალხის მისწრაფებების უკეთესად გასაცნობად და არა მათი მანიპულაციისთვის. პარტიებმა შესაძლოა გამოიყენონ თავიანთი იდეოლოგია ხალხის მოთხოვნების ეფექტურად გადასაჭრელად. ელიტა ცდილობს (ან: უნდა ცდილობდეს) გავლენა კი არ მოახდინოს ხალხის აზრზე, არამედ უპასუხოს საბაზრო მოთხოვნებს.

ბაზარი რთული ფენომენია და იგი შედგება წევრებისგან, კვლევითი ცენტრებისგან (ე. წ. think tanks) და პოლიტიკოსებისგან. გათვალისწინებული უნდა იქნას როგორც გრძელვადიანი, ისე მოკლევადიანი საჭიროებები და არა მხოლოდ სურვილები. ბაზარზე ორიენტაცია არ ნიშნავს მხოლოდ ხალხისთვის იმის მიცემას, რაც მათ სურთ, პარტია მზად უნდა იყოს მიაწოდოს ყველა შესათავაზებელი პროდუქტი.

თუ პარტია გახდა ბაზარზე ორიენტირებული, ჩნდება იმის მოლოდინი, რომ ის განახორციელებს ქმედებებს, რომელსაც მარკეტზე ორიენტირებული პარტიის პოლიტიკური მარკეტინგის პროცესს უწოდებს. მარკეტზე ორიენტირებული პრაქტიკა ბევრ სირთულეს მოიცავს და რთული გასაანალიზებელია.

ბაზრის შესახებ ინფორმაცია გროვდება და უკეთდება ანალიზი ზუსტი და სანდო გადაწყვეტილებების მისაღებად, რაც, საბოლოო ჯამში, ემსახურება ბაზრის შემდგომ განვითარებას.

2) გაყიდვებზე ორიენტირებული პარტიები

გაყიდვებზე ორიენტირებული პარტია მიზნად ისახავს იმის ეფექტურად გაყიდვას, რაც ხალხისთვის საუკეთესოდ მიაჩნია და ამისთვის იყენებს პოლიტიკური საბაზრო კომუნიკაციის ეფექტურ მეთოდებს.

3) პროდუქტზე ორიენტირებული პარტიები

პროდუქტზე ორიენტირებული პარტია არის პარტიის მიერ განხორციელებული აქტივობის ყველაზე ტრადიციული მიდგომა. მთავარი განსხვავება გაყიდვებსა და პროდუქტზე ორიენტირებულ პარტიებს შორის არის ის, რომ პროდუქტზე ორიენტირებული სტრატეგია არ იყენებს კომუნიკაციისა და ბაზრის კვლევის მეთოდებს. პარტია იცავს თავის შეხედულებებს და მიაჩნია, რომ ამომრჩეველი გაანალიზებს, რომ მისი იდეები სწორია და ხმას მიცემს მას. ამ ტიპის პარტია უარს ამბობს თავისი იდეებისა და პროდუქტის შეცვლაზე მაშინაც კი თუ ვერ მოიპოვებს ელექტორატის ან წევრების მხარდაჭერას.

არჩევნების მოგების გარდა, ბაზრის კომუნიკაციას აქვს შემდეგი მიზნები:

- კანდიდატებისა და პოლიტიკური ლიდერების იმიჯის გაუმჯობესება;
- პოლიტიკოსებისა და პარტიების მიზნებისა თუ განზრახვების რეპრეზენტაცია;
- ამომრჩევლების დარწმუნება კონკრეტულ მოსაზრებაში;
- რისამე უფრო ნათლად წარმოჩენა და გარკვევა;
- ოპოზიციის შემოტევების მოგერიება;
- ამომრჩევლის განათლება და ინფორმირება;
- კანონის ამა თუ იმ მუხლისთვის საჭირო მხარდაჭერის მოპოვება;
- ამა თუ იმ საკითხის დღის წესრიგში დასმა;
- რეფერენდუმზე დასმული საკითხის მხარდაჭერის გაზრდა (Lees-Marshment 2009: 162).

საინტერესოა ასევე, ავტორის მიერ გამოვლენილი ბიზნესისა და პოლიტიკის მარკეტინგის პოტენციური განსხვავებები:

- პოლიტიკაში ღირებულება ძალაუფლებაზე წინ უნდა იდგეს და საკუთარ თავზე უნდა აიღოს მორალური ვალდებულებები;
- პოლიტიკაში უფრო მეტი კომპლექსური და კონფლიქტური მოთხოვნებია;
- პოლიტიკური პროდუქტი არამატერიალურია, და შესაბამისად, უფრო რთულია გასაგებად და შესაქმნელად;
- პროდუქტებს გააჩნია სიმბოლური ღირებულება და არსებობს მისი მხოლოდ შეზღუდული დიაპაზონი;
- მომხმარებელი ირჩევს ერთ პროდუქტს, მეორისათვის თავის არიდების მიზნით;
- მოხალისეები შეადგენენ მწარმოებლის მუშახელს;
- პოლიტიკურმა ბაზარმა ყოველთვის არ იცის, რა იქნება მოთხოვნა;
- პოლიტიკა მოიცავს იდეოლოგიას;
- გაცილებით რთულია პოლიტიკური პროდუქტის მიწოდება;
- საჭიროა პოლიტიკური ლიდერობა და პროფესიონალური განსჯა;
- პოლიტიკა ბევრად უფრო გრძელვადიანი აქტივობაა (Lees-Marshment 2009: 22).

2.2. პოლიტიკური მარკეტინგი წარსულში და ახლა

ბოლო ათწლეულებია ხალხის პოლიტიკური ქცევა მნიშვნელოვანწილად შეიცვალა მთელ მსოფლიოში. პირველ რიგში აღსანიშნავია ის, რომ ნაკლები ხალხი მოდის არჩევნებზე, არჩევნებში ელექტორატის პასიურობა აჩვენებს იმას, რომ ამომრჩეველი არ არის კმაყოფილი ტრადიციული პოლიტიკური ქმედებებით. ბლუმერისა და გურევიჩის (Blumler, Gurevitch 1995) თანახმად, ამომრჩევლის აპათია შეიძლება მივაწეროთ ოთხ სოციალურ-ეკონომიკურ ფაქტორს: პირველ რიგში, მოქალაქეების ზოგადი სიმპათია დასავლური დემოკრატიის მიმართ, რაც აიხსნება ძირითადი მოთხოვნების შესრულებით. მეორე, თავისუფალი დროის საინტერესოდ გამოყენების პერსპექტივა, რაც უფრო მიმზიდველია, ვიდრე დროის პოლიტიკურ აქტივობაზე დახარჯვა. მესამე ის, რომ

მედიამ პოლიტიკა აქცია გართობის ერთ-ერთ ფორმად. და მეოთხე - სოციალური კავშირის შესუსტებამ ხალხს გაუწვდნა სოციალურ ინტერაქციაში მონაწილეობის მიღების სურვილი.

ბლუმერი და გურევიჩი (Blumler, Gurevitch 1995) მიიჩნევენ, რომ მხარდაჭერის შემცირება შეიძლება აიხსნას სოციალური კლასების დაყოფის შემცირებითაც და მისი უფრო ნაკლები და ნაკლები გავლენით საზოგადოების წევრების პოლიტიკურ ორიენტაციაზე. ხალხის ინტერესის კლების კიდევ ერთი მიზეზი შესაძლოა თავად პოლიტიკოსებიც იყვნენ.

ასევე, შემცირდა პარტიების იდენტიფიკაცია, რაშიც იგულისხმება ხალხის ფსიქოლოგიური მიჯაჭვულობა პოლიტიკურ პარტიებთან. ასევე, დღესდღეობით ამომრჩეველი იღებს ბევრად მეტ ინფორმაციას პოლიტიკაზე. არსებობს მეტი კრიტიკული და დამოუკიდებელი ჟურნალისტური მიმოხილვა. მედიის მიერ მოვლენების მუდმივი კონტროლი და გაშუქება პოლიტიკოსებს, განსაკუთრებით კი მთავრობას, უქმნის არაკომფორტულ და რთულ გარემოს. პოლიტიკურ მოხმარებას გააჩნია ბევრი ფორმა, მათ შორის ხმის მიცემა. ხმის მიცემა წარმოადგენს პოლიტიკური აქტივობის ერთ-ერთ ფორმას.

პოლიტიკური ბაზარი სხვადასხვა მიმართულებით შეიცვალა 1960-იანი წლებიდან დღემდე:

- 1) პარტიის წევრობა ან რეგისტრირებული მხარდაჭერა შემცირდა როგორც რიცხოვნობად, ისე აქტივობის თვალსაზრისით.
- 2) შემცირდა პარტიების იდენტიფიკაცია (გრძელვადიანი ერთგულება, რომელსაც სათავე უდევს, როგორც წესი, ოჯახურ ტრადიციაში).
- 3) დაიკლო ტრადიციულ პოლიტიკაში მონაწილეობის სიხშირემ. ნაკლებია ამომრჩეველთა რაოდენობაც, მაგრამ გაიზარდა ახალი მოძრაობები და ზეწოლის ჯგუფების რაოდენობა.
- 4) ახალი თაობა ნაკლებად ინტერესდება ტრადიციული პოლიტიკით.

5) არჩევნები ნაკლებად ან რთულად პროგნოზირებადი გახდა. გაიზარდა საარჩევნო არასტაბილურობა (როდესაც ამომრჩეველი ცვლის არჩევანს ერთი არჩევნიდან მეორემდე); გაიზარდა დამოუკიდებელ ამომრჩეველთა რაოდენობა (აშშ-ში).

6) ტელევიზია და ახლა უკვე ინტერნეტი იქცა პოლიტიკური ინფორმაციის გავრცელების ძირითად წყაროდ.

7) მედია გამოშვებების რიცხვი და კონკურენცია გაფართოვდა და უფრო კომერციული და კონკურენტუნარიანი გახდა.

8) ელექტორატის სეგმენტაციისა და გახლეჩის ტრადიციული ბაზები, როგორიცაა კლასი, გეოგრაფია და ოჯახური მდგომარეობა, აღმოიფხვრა, მაგრამ წარმოიქმნა ახალი ელექტორატული სეგმენტები, რომლებიც ეყრდნობა ეთნიკურობას, რასას, ცხოვრების სტილს, ცხოვრებისეულ ეტაპსა და ასაკს.

9) ამომრჩეველი უფრო კრიტიკული გახდა პოლიტიკური ელიტებისა და ინსტიტუციების მიმართ (Lees-Marshment 2009: 8).

2.3. პოლიტიკური მარკეტინგი და დემოკრატია

როგორც ლიზ-მარშმენტი (Lees-Marshment 2009: 266) აღნიშნავს, პოლიტიკური მარკეტინგი არის მიდგომა, რომელსაც პოლიტიკოსები, პარტიები და მთავრობა იყენებს სახალხო მხარდაჭერის მოსაპოვებლად, გასამდიერებლად და შესანარჩუნებლად ძალაუფლების მოპოვების მიზნით. ეს მოიცავს მთელ რიგ აქტივობებს. ბაზრის ცოდნა გულისხმობს ბაზრის გაგებას, წინასწარ განჭვრეტასა და იდენტიფიცირებას; პროდუქტის განვითარების სტრატეგიებსა და ოპოზიციონერებას; შიდა მარკეტინგულ მიდგომებს; კომუნიკაციასა და კამპანიის წარმართვას; და ბოლოს, მთავრობის მარკეტინგს. მარკეტინგი შეიძლება გამოიყენებოდეს უბრალოდ ინფორმაციის მისაწოდებლად და პოლიტიკური პროდუქტისა და მისი პოტენციური ეფექტის პრეზენტაციისთვის არჩევნების შედეგებზე გავლენის მოსახდენად; უფრო მეტიც, მისი გამოყენება შესაძლებელია პოლიტიკური პროდუქტისა ბუნების გასარკვევად და სამთავრობო პოლიტიკაზე გავლენის მოსახდენად.

პოლიტიკური მარკეტინგის გამოყენება ხშირად მოკლევადიანი გადაწყვეტილებებისთვის ხდება - იმისთვის, რაც ბაზარს ესაჭიროება მომავალი საარჩევნო პერიოდისთვის და არა იმისთვის, რაც ქვეყნისთვისაა საჭირო გრძელვადიანი პერსპექტივით. პოლიტიკური მარკეტინგის ბაზარზე ორიენტირებული პრინციპი ხშირად კონფლიქტში შედის გრძელვადიან გადაწყვეტილებებთან, განსაკუთრებით გარემოსთან დაკავშირებულ სფეროებში. არსებობს დიდი განსხვავებები მომხმარებლის დაუყოვნებელ სურვილებსა და მოქალაქეთა გრძელვადიან კეთილდღეობას შორის. პასუხისმგებლობის მქონე მარკეტინგი უნდა ინტერესდებოდეს ცხოვრების ხარისხით გრძელვადიანი მასშტაბით და არა მოკლევადიანი შედეგით (Lees-Marshment 2009: 269).

ბევრი მიიჩნევს, რომ პოლიტიკური მარკეტინგი წარმოადგენს საფრთხეს პატიოსანი პოლიტიკისა და კარგი მთავრობისთვის, რადგან მასში თავმოყრილია პოპულიზმის პრინციპები. პოლიტექნოლოგების გამოყენება, მუდმივი კამპანიების წარმოება მიიჩნევა ტრადიციული პოლიტიკური ღირსებების საფრთხედ (Lees-Marshment 2010: 249). ავტორს სჯერა, რომ პოლიტიკოსებისთვის მართებულია, თუ გაითვალისწინებენ ხალხის აზრს არა მხოლოდ პირადი ინტერესებისა და საარჩევნო წარმატებისთვის, არამედ კარგი მთავრობის შექმნის მიზნით.

წარმატებული საბაზრო ორიენტაცია არ მოიცავს პოლიტექნოლოგების მიერ სრულად მართულ პარტიას. ოპტიმალური სტრატეგია იქნება პარტიის იდეოლოგიისა და ტრადიციების გათვალისწინება, პოლიტიკური და ისტორიული სისტემის გათვალისწინება (Lees-Marshment 2010: 258).

პოლიტიკა და პოლიტიკური სტრატეგია არც ხელოვნებაა და არც მეცნიერება და არავის არ შეუძლია შეუმცდარი ფორმულის ჩამოყალიბება პოლიტიკური კამპანიებისთვის. ლიდერის ფუნქცია გადამწყვეტია, ლიდერმა უნდა განსაჯოს როდის მიჰყვეს ბაზრის კარნახს და როდისაა დემოკრატია სახიფათო, რადგან ხალხი არ არის ყოველთვის მართალი (Lees-Marshment 2010: 259).

ლიზ-მარშმენტი ასახელებს პოლიტიკური მარკეტინგის რამდენიმე პოტენციური მონაპოვარს. ესენია:

1. პოლიტიკოსების იძულება უკეთ მოისმინონ და გაიგონ ბაზარი;

2. არა მხოლოდ უმრავლესობის, არამედ უმცირესობის სამიზნე ჯგუფების უკეთ გათვლა;
3. მთავრობის იძულება ყურადღება გაამახვილოს დაპირებულის შესრულებაზე, და არა – რიტორიკულ დაპირებებზე;
4. პოლიტიკურ პროცესში მოქალაქეების პოზიციის შეფასება;
5. კონკურენციის გაზრდა;
6. ამომრჩევლებთან უფრო მომწიფებული ურთიერთობის განვითარება, როცა პოლიტიკური მომხმარებლები უფრო აქტიურად უყენებს მოთხოვნებს მთავრობას (Lees-Marshment 2008: 273-4).

2.4. პოლიტიკური მარკეტინგი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში

პოლიტიკური მარკეტინგი გლობალური აქტივობაა. ყველა პოლიტიკური პარტია მსოფლიოს გარშემო იყენებს მარკეტინგულ ტექნიკასა და ცნებებს, მაგრამ განსხვავებული ფორმით. საყოველთაო კვლევებმა აჩვენა, რომ პოლიტიკური მარკეტინგი მრავალფეროვანია და ცვალებადი. ჯ. ლიზ-მარშმენტი გვთავაზობს პოლიტიკური მარკეტინგის მიმოხილვას მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის მაგალითზე.

ზოგადად, თანამედროვე ტიპის საარჩევნო კამპანიები ამერიკული მოდელის ნაყოფია. ტერმინი - არჩევნების „ამერიკანიზაცია“ პოლიტიკური კამპანიების პროფესიონალიზაციას გულისხმობს, რაც მოიცავს გამოკითხვებს, სატელევიზიო რეკლამებს, ფოკუს ჯგუფებს, სემინტაციასა და ამომრჩევლის სამიზნე ჯგუფების განსაზღვრას, მიმოწერას თუ პოლიტიკური კამპანიის კონსულტანტების დაქირავებას.

პოლიტიკური მარკეტინგი აშშ-ში 1960 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებიდან გვხვდება და ჯონ კენედის კამპანიას უკავშირდება. ის იყო პირველი კანდიდატი, რომელმაც გამოიყენა ხალხის აზრის კვლევები ინოვაციური მიდგომით (Jacobs 1993).

ავტორი აღწერს შვედეთის სიტუაციას. ისტორიული მნიშვნელობის იყოს შვედეთის 2006 წლის ნაციონალური არჩევნები სხვადასხვა მიმართულებით. არა

მხოლოდ იმიტომ, რომ ეს იყო პირველი შემთხვევა, როდესაც ცენტრისტებმა და მემარჯვენეებმა შექმნეს „ალიანსი შვედეთისთვის“. ეს იყო ასევე შემთხვევა, როდესაც სოციალ-დემოკრატებმა დაკარგეს მართვის ძალაუფლება იმ დროს, როდესაც ეკონომიკა ძლიერი იყო. პირველი შემთხვევა იყო იმისაც, რომ ყველაზე დიდმა მემარჯვენე ფრთის წარმომადგენელმა პარტიამ - „ზომიერთა პარტიამ“ წინასაარჩევნო კამპანია „ახალი ზომიერების“ და „ახალი ლიბერალისტული პარტიის“ სახელით წარმართა და მოიგო არჩევნები.

შვედეთი არის პარლამენტური მონარქია, სადაც პარლამენტს ჰყავს ერთი პალატა 249 ადგილით. არჩევნები ტარდება სექტემბერში, ოთხ წელიწადში ერთხელ და მოიცავს როგორც ნაციონალურ, ისე რეგიონალურ და ადგილობრივ არჩევნებს. არჩევით სისტემა პროპორციულია და 4 პროცენტი ზღვარი საპარლამენტო ადგილის მოსაპოვებლად. არ არსებობს საარჩევნო კამპანიის ოფიციალური ვადები, მარგამ, როგორც წესი, ის იწყება არჩევნების დღემდე 4 კვირით ადრე.

შვედური საარჩევნო სისტემა და დემოკრატია პარტიაზე დაფუძნებულია. 1994 წლიდან არსებობს შვიდი საპარლამენტო პარტია. მემარცხენეთა პარტია, სოციალ-დემოკრატები და მწვანეთა პარტია ეკუთვნის მემარცხენე ბლოკს, ხოლო ცენტრისტული, ლიბერალური პარტიები, ქრისტიან-დემოკრატები და მოდერატები (ზომიერები) - მემარჯვენე ბლოკს.

სამაუწყებლო მედიასისტემა უფრო კომერციალიზებული და კონკურენტული გახდა. ეს ცვლილება გამოიწვია ახალი ამბების „ჟურნალიზმის“ შინაარსმა და სხვა მედიაჟანრებმა (Johansson 2008).

ჟურნალისტური ობიექტურობის ნორმები ძლიერია. დღესდღეობით ახალი ამბების მედია პოლიტიკურად თავისუფალია (შვედეთში) და აღარ ასახავს პარტიის პოლიტიკურ შეხედულებებს.

ჟურნალისტებს მეტი ძალაუფლება აქვთ, ვიდრე პოლიტიკოსებს შვედეთში. იმისთვის, რომ შვედურმა პარტიებმა კომუნიკაცია დაამყარონ ელექტორატთან, მათ სჭირდებათ ახალი ამბების მედია, შესაბამისად, ახალი ამბების ჟურნალისტიკა

წარმოადგენს პოლიტიკური ინფორმაციის ყველაზე მნიშვნელოვან წყაროს (Petersson et al. 2006).

ავტორის დასკვნით, შვედური პარტიები იყენებენ მარკეტინგის ტექნოლოგიებს, მაგრამ ძირითადად დიდი პარტიები მიმართავენ მას. თუმცა, უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ შვედი პოლიტიკოსები ატარებენ ნახევრად პროფესიონალურ საარჩევნო კამპანიებს. რთულია განისაზღვროს, თუ რა ტიპის მარკეტინგია პრიორიტეტული შვედეთში (პროდუქტზე, გაყიდვებზე თუ ბაზარზე ორიენტირებული).

აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ არსებობს გარკვეული სკეპტიციზმი პოპულიზმის მიმართ. „პოპულიზმი არსებითად არის ადამიანთა ჯგუფების, ცალკეული ლიდერების მიერ ადამიანთა განწყობის გამოყენება თავის ინტერესების შესაბამისად“, „პოპულისტური მეთოდებით პოლიტიკოსი ხშირად ცდილობს თავი მოაწონოს ამომრჩეველს, ექსპლუატაციას უწევს ნამდვილ და ცრუ მოლოდინებს, პოპულიზმი დემოკრატიის ჩამოყალიბების პირობებში პოლიტიკის ერთ-ერთი თანამდევი კანონზომიერების გამოვლენის ფორმაა, ის გამოიხატება იმაში, რომ არჩევნების წინ შეპირდე რაც შეიძლება ბევრს, ხოლო შემდეგ შეასრულო ის, რაც ხელსაყრელია (მაცაბერიძე 2014).

შვედეთში მოელიან, რომ პოლიტიკოსები უნდა უსმენდნენ ხალხს და აკმაყოფილებდნენ მათ მოთხოვნებს არაპოპულისტური საშუალებებითა და მეთოდებით. მნიშვნელოვანია პოლიტიკური პარტიების ისტორია და ტრადიციული პოზიცია იმ დონეზეც კი, რომ ცვლილებებმა პარტიაში შესაძლოა უარყოფითი გავლენა მოახდინოს მათ რეიტინგზე.

არც ერთი პარტიის მიდგომა არ ჰგავს **ტაბულა რასას** მომავალი არჩევნებისთვის. შვედური პოლიტიკური პარტიები ცდილობენ გააუმჯობესონ მათი საარჩევნო კამპანიები და მარკეტინგული მეთოდები, ამ ეტაპზე კი ეს კამპანიები ნახევრადპროფესიონალურია. საბოლოოდ, შვედური მარკეტინგი უფრო გაყიდვებზე და არა პროდუქტზე ან ბაზარზეა ორიენტირებული. მაგრამ შეიძლება მალე გახდეს ბაზარზე ორიენტირებული.

რაც შეეხება საბერძნეთს, იქ კომუნიკაციებისა და ტექნოლოგიური გარემოს განვითარებამ შექმნა პოლიტიკოსების ახალი პროფესიონალური ჯგუფები. მათ შორის მარკეტინგული კონსულტანტები, სარეკლამო აგენტები, იმიჯმეიკერები, პიარის სპეციალისტები, რომლებიც არ მოდიან პოლიტიკის სფეროდან და პოლიტიკა არ წარმოადგენს მათი აქტივობის ერთადერთ სფეროს. მათ ქირაობენ პარტიები და პოლიტიკოსები კონსულტაციური მომსახურეობისთვის. ისინი აქტიურ მონაწილეობას იღებენ პარტიების პროგრამების დაგეგმვასა და პოპულარიზაციაში.

ჩეხეთის შემთხვევაში, სახეზეა პოლიტიკური მარკეტინგის გამოყენების მცირე გამოცდილება. რადგან კომუნისტური რეჟიმის შემდეგ ჩატარდა 5 საპარლამენტო არჩევნები, ძნელია კომუნიკაციურ სტრატეგიებზე დასკვნების გაკეთება. მიუხედავად ამისა, შეიმჩნევა ცვლილებები. იზრდება მოთხოვნა, რომ მარკეტინგის ტექნიკა პროფესიონალურ დონეზე იქნეს გამოყენებული.

ლიზ-მარშმენტი (Lees-Marshment et al. 2010: 218) ასევე საუბრობს რუსეთის საარჩევნო მარკეტინგზე. მას შემდეგ, რაც რუსეთში ჩატარდა პირველი მრავალპარტიული არჩევნები, არსებითად განვითარდა როგორც პოლიტიკური სისტემა, ისე პოლიტიკური კონსულტირების ინდუსტრია. ბოლო წლებია, რუსული პოლიტიკური სისტემა ე. წ. „ძალაუფლების მქონე პარტიების“ დომინირების ქვეშ მოექცა. რუსეთს ხშირად „მართულ“ დემოკრატიადაც უწოდებენ, სადა პოლიტიკურ ელიტას აქვს დიდი გავლენა არჩევნების ფორმირებაზე, მაგრამ მაინც არსებობს კონკურენცია.

რუსეთის პრეზიდენტი ირჩევა ოთხ წელიწადში ერთხელ და აქვს ძლიერი აღმასრულებელი და დანიშვნის ფუნქციები. პარლამენტი შედარებით სუსტი ორგანოა. პრეზიდენტი ექვსწლიანი ვადით ირჩევა.

მედიის მიერ საარჩევნო კამპანიის გაშუქების ანალიზი აჩვენებს, რომ კრემლის მომხრე პარტიები და კანდიდატები ლიდერობენ სატელევიზიო ახალ ამბებში. მედიისა და პრესის საკუთრების საკითხი საკმაოდ რთულად დგას და არსებობს გარკვეული ურთიერთდამოკიდებულებები მედიის მფლობელებს შორის.

რუსული პოლიტიკური მარკეტინგი, რუსული ტერმინოლოგიით „ელექტორალური ტექნოლოგია“ არის ამერიკული და დასავლეთევროპული

გამოცდილების პირდაპირი გადმოტანა. ეს არის მრავალმილიარდიანი პოლიტიკური კონსულტირების ბაზარი თავისი ტექნოლოგიებითა და ღირებულებებით. ა. ვილსონის (Wilson 2005) თანახმად, რუსული მოდელი, რომელიც გადაიღო სხვა პოსტ-საბჭოთა სახელმწიფოებმაც, აგებულია ადგილობრივი პოლიტიკური კულტურის საფუძველზე, რომელიც კომბინირებულია თანამედროვე მარკეტინგის აღიარებულ ფორმებთან. რუსი პროფესიონალების დიდმა ნაწილმა გამოსცა სახელმძღვანელოები თავიანთი ტექნიკის შესახებ.

2.5. პოლიტიკური მარკეტინგი და პროპაგანდა

მორგანის მიხედვით, მარკეტინგი არის პრაქტიკისა და დისკურსის ერთობლიობა, რომელიც ქმნის და აფორმირებს თანამედროვე დასავლური საზოგადოებების სოციალურ ურთიერთობებს (Morgan 1992: 137).

მარკეტინგული დისკურსი უფრო და უფრო აქტიურად გამოიყენება პოლიტიკაში. პოლიტიკოსები დაეუფლნენ კომერციულ დისკურსს იმ მიზნით, რომ დააკმაყოფილონ საზოგადოების მოთხოვნები და პოლიტიკური პარტიები ხშირად ბიზნესის მსგავსად იმართება (O'Shaughnessy 1990).

თანამედროვე სამყაროში საკმაოდ დიდი თანხები იხარჯება პოლიტიკურ რეკლამაზე, კომუნიკაციის პროფესიონალებზე, მარკეტინგის სპეციალისტებზე..

მარკეტინგისთვის დისკურსი არის ერთ-ერთი მთავარი ძალა. ამის პირველი არგუმენტია ის, რომ მარკეტინგის დისკურსს აქვს უნარი შექმნას ლოგიკა, რომელიც ადამიანებს ეხმარება იპოვონ საკუთარი საჭიროებებისა და მოთხოვნების გადაჭრის გზები. მარკეტინგული დისკურსი ამომრჩეველს აქცევს არა მხოლოდ საზოგადოების აქტიურ წევრად, არამედ მომხმარებლად, რომელიც წყვეტს თუ რომელი პოლიტიკა თუ პოლიტიკოსები „იყიდოს“ თავისი ხმით. თავის მხრივ, პოლიტიკოსები ეძებენ საშუალებებს თუ როგორ „გაყიდონ“ საკუთარი თავი ან პოლიტიკა (Savigny 2004).

პოლიტიკური მარკეტინგული მიდგომისთვის ამოსავალია ის, რომ ადამიანთა პოლიტიკური გემოვნება, რწმენა, სურვილები ერთმანეთისგან მნიშვნელოვნად

განსხვავებულია და საჭიროა ამ თავისებურებათა გათვალისწინება და არა ბრძოლა მათ წინააღმდეგ პოლიტიკური იძულებისა და ძალადობის გზით, ანუ პოლიტიკური მარკეტინგი, თავისი არსით, მხოლოდ დემოკრატიულ საზოგადოებაში არის საჭირო (მაცაბერიძე 2003: 4).

მარკეტინგის პოლიტიკაში შემოტანას ბევრი არ შეხვდა სიხარულით, რადგან ბაზარზე ორიენტირებული პოლიტიკა ეწინააღმდეგება ელიტურ დემოკრატიას, სადაც პოლიტიკოსები იმართებიან კონკრეტული რწმენითა და იდეოლოგიით და არა საზოგადოებრივი აზრით (Collins & Butler 2003; Palmer 2002; Scammell 1996).

ზოგი პოლიტიკურ მარკეტინგს არაეთიკურს უწოდებს, რადგან მარკეტინგის საშუალებით ხდება საზოგადოების მანიპულაცია და ხშირად შეცდომაში შეყვანა და უპირატესობა ენიჭება იმიჯს და არა მის რეალურ ღირებულებას (Egan 1999).

პოლიტიკური მარკეტინგი პროპაგანდის ტოლფასია და შესაბამისად, მას ნეგატიური კონოტაციით მოიხსენიებენ.

პროპაგანდა გულისხმობს კონკრეტული იდეის გავრცელებას და პოპულარიზაციას (Jowett & O'Donnell 1999: 2). თუმცა, არ უარყოფენ იმასაც, რომ პოლიტიკურ მარკეტინგსა და პროპაგანდას შორის არსებობს მსგავსებებიც. ორივეს მიზანია საზოგადოებრივ აზრზე კონტროლის განხორციელება. შეიძლება ითქვას, რომ დარწმუნება ადამიანური ბუნების განუყოფელი ნაწილია (Jowett & O'Donnell 1999: 47).

როგორც პოლიტიკური მარკეტინგი, ისე პროპაგანდა აკონტროლებს მედიას, როგორც დარწმუნების ერთ-ერთ მთავარ საშუალებას. პოლიტიკური მარკეტინგი ყურადღებით ადევნებს თვალყურს აუდიტორიას; შესაბამისად, პოლიტიკური პროდუქტი იცვლება იმის მიხედვით, თუ რა სურს მომხმარებელს და პოლიტიკური შეტყობინების მორგებაც აუდიტორიაზე ხდება. რაც შეეხება პროპაგანდას, ის უფრო იდეოლოგიურადაა მართული (O'Shaughnessy 1996).

სკამელი (Scammell 1999) პოლიტიკურ მარკეტინგს პროპაგანდის თანამედროვე ფორმას უწოდებს.

რაც უფრო ნაკლებადაა გამოკვეთილი ამა თუ იმ პოლიტიკური ძალის იდეოლოგია, მით უფრო აქტიურად ხდება მათი მხრიდან პოლიტიკური მარკეტინგის გამოყენება. თუმცა, არსებობს მაგალითები, როდესაც ისეთი მკაცრად განსაზღვრული იდეოლოგიის

მქონე პარტიებმა, როგორებიცაა ამერიკის შეერთებულ შტატებში ახალი დემარჯვენეები და ტეტჩერის კონსერვატორები ბრიტანეთში, საკმაოდ ეფექტურად გამოიყენეს პოლიტიკური მარკეტინგი.

შეუძლებელია არ შევნიშნოთ, თუ რამდენად უმნიშვნელოა განსხვავება პოლიტიკურ მარკეტინგსა და პროპაგანდას შორის. დაისმის კითხვა, თუ რა დადებითი შესძინა პოლიტიკას პოლიტიკურმა მარკეტინგმა. ან იქნებ ის უბრალოდ პროპაგანდის ახალი ტექნოლოგიებით შეფუთვის საშუალებაა.

ფაქტი ერთია. პოლიტიკური მარკეტინგი უკვე აქტიურად გამოიყენება ისეთ წამყვან სახელმწიფოებში, როგორიცაა დიდი ბრიტანეთი, გერმანია და აშშ, სადაც ცდილობენ ამ მიმართულებას მისცენ ინტერდისციპლინარული სახე, რომელიც მოიცავს პოლიტიკურ, მარკეტინგულ და კომუნიკაციურ ასპექტებს და საშუალებას მოგვცემს განვსაზღვროთ თანამედროვე პოლიტიკის წარმატების საშუალებები და გავაანალიზოთ ამომრჩევლის თუ პარტიის ქცევა (Scammell 1999: 718).

როცა პარტია ან კანდიდატი მოდის ძალაუფლებაში, ამომრჩევლები აფასებენ დანაპირების შესრულებას. უკვე მათ აღარ შეუძლიათ მთავრობის უბრალოდ კრიტიკა, რადგან თვითონ არიან მთავრობაში. პოლიტიკური მომხმარებელი ყოველთვის ობიექტურად, სამართლიანად და ნათლად ვერ ახერხებს პოლიტიკოსების შედეგების შეფასებას და ეს ყველაფერი უფრო ართულებს პოლიტიკურ მარკეტინგს.

მას შემდეგ რაც მთავრობაში მოხვდება, პარტიისა და პოლიტიკოსის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი გამოწვევაა მომდევნო არჩევნებისთვის პროდუქტის მომზადება. ხელისუფლებაში ყოფნას ახლავს შემდეგი შეზღუდვები: პოლიტიკოსებს არ შეუძლიათ ბრენდის, დიზაინისა და სტრატეგიების სრულიად ნულიდან შექმნა, რადგან მათ გააჩნიათ ისტორია, რომელზეც ჩასაფრებულია საზოგადოება, ოპოზიცია და მედია. მაგრამ იმავდროულად სიახლეც მნიშვნელოვანია. სხვა შემთხვევაში ხალხი კარგავს მოტივაციას ისევ მისცეს ხმა ამა თუ იმ პოლიტიკოსს. არჩევნების შემდეგ მნიშვნელოვანია პიარის აქტიური გამოყენება.

2.6. პოლიტიკური მარკეტინგი და პიარი

პიარი მოიცავს პოლიტიკური ქცევის განსხვავებულ ასპექტებს. მოლონისა და კოლმერის განმარტებით (Moloney & Colmer 2001: 958), პიარი აქტუალურია პოლიტიკური პროცესების დიზაინის, რეგულირებისა და განვითარების ფაზებში (Lees-Marshment 2009: 174).

არსებობს პიარის უამრავი განმარტება. თითოეული მათგანი ამა თუ იმ საინტერესო დეტალს შეიცავს, მაგრამ არცერთი არ არის ლაკონური და ზუსტი.

განმარტებათა შორის მსგავსებაც ბევრია და სხვაობაც. საერთო ჯამში რიგი ლექსიკონების მონაცემები რომ დავაჯგუფოთ, ვნახავთ, რომ პიარის ცნებას შემდეგ მახასიათებლებთან აკავშირებენ:

1. მიზანი: ა) გაგება-კეთილგანწყობის დამყარება; ბ) კეთილგანწყობის სტიმულირება; გ) ურთიერთგაგების მიღწევა სხვადასხვა ჯგუფსა და ორგანიზაციას შორის, დ) რთული პლურალისტური საზოგადოების ხელშეწყობა გადაწყვეტილების მიღებასა და ეფექტურად მოქმედებაში; ე) კერძო და საზოგადოებრივ საქმიანობაში ჰარმონიის უზრუნველყოფა; ვ) ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის სასიკეთო ურთიერთობებისა და ურთიერთგაგების ჩამოყალიბება და შენარჩუნება; ვ) რეკომენდაციები ორგანიზაციის „საზოგადოებრივი იმიჯის“ ფორმირებისათვის; ზ) ხალხსა და ორგანიზაციას შორის კონტაქტების გაუმჯობესება.

2. ზემოქმედების ობიექტი, საზოგადოებრივ ურთიერთობათა მხარეები: ა) საზოგადოება, მომხმარებელი, დაქირავებული მუშახელი; ბ) ხალხის ჯგუფები და საზოგადოება; გ) ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის ურთიერთობა; დ) საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილება (ორგანიზაციისა, ფირმისა და სხვ.).

3. საშუალებები: ა) ორმხრივი ურთიერთობის გამყარებისა და საზოგადოების რეაქციის შესწავლა; ბ) საინფორმაციო მასალის გავრცელება; გ) კეთილგანწყობის სტიმულირების ხელოვნება, ტექნიკა ან პროფესია; დ) ჰარმონიის მიღწევის ხელოვნება და მეცნიერება, ურთიერთგაგების საშუალება, რომელიც სიმართლესა და მაქსიმალურ ინფორმირებულობას ემყარება; ე) საზოგადოების კეთილგანწყობისა და სასურველი იმიჯის (იერსახის) შექმნის, სტიმულირების ან შენარჩუნების ტექნიკა; ვ) ამა თუ იმ

ორგანიზაციის ან პირის იმიჯისა და რეპუტაციის გაუმჯობესებისაკენ მიმართული ღონისძიებანი; ზ) დაგეგმილი და უწყვეტი ძალისხმევა.

როგორც სპეციალისტები ამბობენ, პიარი მოიცავს:

- ყველაფერ იმას, რაც ხელს უწყობს ორგანიზაციასა და ყველა იმ ჯგუფს შორის ჰარმონიული ურთიერთობების ჩამოყალიბებას, ვისთანაც ამ ორგანიზაციას აქვს კონტაქტი, როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ისე მის გარეთ.

- რეკომენდაციებს, ორგანიზაციის „საზოგადოებრივი იმიჯის“ ფორმირებისათვის.

- იმ მოქმედებებს, რომლებიც მიმართულია გაუგებრობებისა და ჭორების გამოაშკარავებისა და აღმოფხვრისაკენ.

- მოქმედებებს, რომლებიც ხელს უწყობს ორგანიზაციას თავისი საქმიანობის გაფართოებაში რეკლამის, თანხმობის, გამოფენების, ვიდეო ჩვენებებისა და სხვა ღონისძიებების ორგანიზებით.

- ყველაფერ იმას, რაც ხელს უწყობს ხალხსა და ორგანიზაციას შორის კონტაქტების გაუმჯობესებას.

პიარი პოლიტიკოსებს ეხმარება შექმნან პოზიტიური, გრძელვადიანი ურთიერთობები „დამახასიათებელი კრიზისისა და ქარიშხლების პერიოდში, რაც ყველა არჩეულ ოფიციალურ პირს ელოდება“ (Jackson & Lilleker 2004: 514. ციტირებულია - Lees-Marshment 2009: 175).

უზარმაზარი თანხები იხარჯება პოლიტიკურ მარკეტინგულ კომუნიკაციაზე და ეს კანდიდატების ყურადღებას მიმართავს იქეთ, რომ ფული შეაგროვონ კამპანიებისთვის და არა კარგი საქმეების კეთებისთვის.

დანაპირების შეუსრულებლობა უდავოდ ქმნის პრობლემებს მომავალ არჩევნებში. მაგრამ მიღწეული მხარდაჭერის 100 პროცენტით შენარჩუნებაც შეუძლებელია.

როგორც წესი, მთავრობის მარკეტინგი უფრო რთულია, ვიდრე ოპოზიციისა და ბევრი ახალი რამ არის გასათვალისწინებელი ამ პროცესში. მთავარი განსხვავება არის დანაპირების ასრულების საჭიროება და ამის წარმოჩენა. ამ გზაზე ბევრი წინააღმდეგობაა. კრიზისის შემთხვევაში, მთავრობას უწევს თავის მართლება.

პოლიტიკური მარკეტინგი უდავოდ გლობალური აქტივობაა, რომლის ინსტრუმენტები და ცნებები გამოიყენება სამყაროს გარშემო. პოლიტიკური მარკეტინგის გამოცდილებას იზიარებს სხვადასხვა ქვეყანა. მაგრამ გლობალური პოლიტიკური მარკეტინგის ერთი ქვეყნიდან მეორეში გადატანა საკმაოდ პრობლემატურია. ამ დროს ჩნდება ეთიკური და დემოკრატიული საკითხები.

კონსულტანტები მოძრაობენ მსოფლიოს გარშემო საკუთარი გამოცდილების გასაზიარებლად. ხდება იდეების გაცვლა. ზოგჯერ პოლიტიკური მარკეტინგული პროდუქტის გადმოტანა ერთი ქვეყნიდან მეორეში. კონსულტანტებს გადმოაქვთ მეთოდები ნაკლებად განვითარებულ ქვეყნებში. დიდი რაოდენობით კომპანია და კონსულტანტი მოგზაურობს სხვადასხვა ქვეყანაში.

საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ თუ კონკრეტული მარკეტინგული სისტემა კარგად მუშაობს ერთ ქვეყანაში, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ის იგივენაირად იმუშავებს სხვაგანაც.

ლის-მარშმენტის თანახმად (Lees-Marshment 2009: 239), „არ აქვს მნიშვნელობა სად ხარ, ადოლფ ჰიტლერს ვერ აქცევ განდიდ“. საჭიროა ადაპტაცია. არ შეიძლება ერთი ქვეყნის ღირებულებათა სისტემის მეორეში ავტომატურად გადმოტანა. როგორც ავტორი აღნიშნავს, სიცარიელის შევსება შესაძლებელია შემდეგი საშუალებებით:

- ადგილობრივი გამოცდილების გაზიარება აშშ-ს ღირებულებების თავზე მოხვევის გარეშე;
- ადგილობრივ ლინგვისტებთან კონსულტაცია პრობლემების თავიდან აცილების მიზნით;
- პოლიტიკური ისტორიის საკმარისად ცოდნა (რიკ რიდერი, საერთაშორისო პოლიტიკის კონსულტანტი, ინტერვიუ აილო ლიზ-მარშმენტმა 2007 წელს) (Lees-Marshment 2009: 239).

2.7. პიარის ენობრივი თავისებურებები ქართულ სინამდვილეში

საქართველოში პიარის ინსტიტუტს მცირე გამოცდილება აქვს. ათწლეულების მანძილზე არ არსებობდა საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულების აუცილებლობა, ამიტომაც საზოგადოებრივი ურთიერთობები ისეთივე იყო, როგორიც ზოგადად სახელმწიფოს მართვის სისტემა. მართალია, არსებობდა გაზეთები, ჟურნალები, სამინისტროებში პრეს-სამსახურები, მაგრამ მათ ზუსტად განსაზღვრული ინფორმაციის გაცემის უფლება ჰქონდათ. არსებული იდეოლოგიის პირობებში შეუძლებელი იყო ისეთი ამოცანის დასახვა, როგორიცაა საზოგადოებასთან ურთიერთობის ორმხრივი დიალოგი. ამიტომაც ამ პერიოდის მასმედია და პრეს-სამსახურებიც მხოლოდ იდეოლოგიური, უწყებრივი და კონტროლირებადი ინფორმაციის გაცემით შემოიფარგლებოდნენ. საზოგადოებასთან ურთიერთობა საჭიროებას არ წარმოადგენდა, შესაბამისად, ეს ტერმინიც უცხო იყო ჩვენი ქვეყნისათვის. მხოლოდ 1995 წელს გამოჩნდა ჩვენში პიარი, კერძოდ, საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში ჩამოყალიბდა საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფაკულტეტი, რომელმაც პირველი სპეციალისტები 2000 წელს გამოუშვა. ამ დროიდან, მეტ-ნაკლები ინტენსივობით, პიარის საკითხებს ყურადღება დაეთმო ადგილობრივ თუ საერთაშორისო არასამთავრობო და დონორი ორგანიზაციების მიერ მოწყობილ სემინარებსა და კონფერენციებზეც. თანდათან იწყება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრუქტურული ერთეულების განვითარება სამთავრობო სტრუქტურებში. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ხელშეწყობის თვალსაზრისით, გარკვეული წვლილი შეიტანა სახელმწიფო კანცელარიასთან, საქართველოს პრეზიდენტის მხარდაჭერით შექმნილმა არასამთავრობო ორგანიზაციამ საკონსულტაციო საბჭომ. 2001 წელს, საქართველოს პრეზიდენტი ე. შევარდნაძე საქართველოში პიარსამსახურების განვითარებაზე წერდა, რომ მათი ამოქმედება „უაღრესად დროული და მნიშვნელოვანი ინიციატივაა. ხელისუფლების გამჭვირვალობა, ობიექტური ინფორმაციის გაცვლა, მთავრობა-საზოგადოების პარტნიორული ურთიერთობების განვითარების ხელშეწყობა, ჩვენი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა“. განსაკუთრებით გააქტიურდა ეს პროცესები 2000 წლიდან, რაც საზოგადოებასთან ურთიერთობის ახალი ფორმების ძიებაშიც გამოიხატა.

დღეს, როდესაც ტერმინი პიარი ყოველ ფეხის ნაბიჯზე გვესმის, მისი ინტერპრეტაცია ქართულ სინამდვილეში უაღრესად მრავალფეროვანია. პიარი ახალგაზრდა ტერმინია მთელ მსოფლიოში. რეალურად პიარი, ინგლისურად PR (Public Relations) ანუ „საზოგადოებრივი ურთიერთობები“ ჩვენში ნაკლებად გამოიყენება ან ევროპულისაგან განსხვავებულ კონტექსტში გვხვდება. ფაქტობრივად, პიარი აბსტრაქტული ცნების მატარებელი გახდა. ტერმინმა გაიარა ადაპტაციის პერიოდი. თავდაპირველად, მას თარგმნიდნენ, როგორც „საზოგადოებრივ ურთიერთობებს“ ან წერდნენ ინგლისურ აბრევიატურას PR და ფრჩხილში უწერდნენ ქართულ თარგმანს. თანდათან მოიხსნა თარგმანის ფრჩხილში მიწერის საჭიროება და ქართულ ტექსტებში გვხვდებოდა მხოლოდ ინგლისური აბრევიატურა. მაგალითად, 2001 წელს გამოსულ წიგნში „აღმასრულებელი ხელისუფლების ურთიერთობა საზოგადოებასთან“ პიარი ინგლისური აბრევიატურით არის წარმოდგენილი მთელ ტექსტში. მაგალითად: „PR-ის ასოციაციის წევრი“, „PR-ის საკითხებს ყურადღება დაეთმო“, „PR-ისტა ასოციაცია“ და ა. შ. უფრო მეტიც, ძველ ტექსტებში გვხვდება შემდეგი ფორმაც – „ფაბლიქ რილეიშენზ“. მაგალითად, წიგნში „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“ გვხვდება პიარის როგორც ინგლისური აბრევიატურა, ისე „ფაბლიქ რილეიშეიზი“ (მაგ.: „განსაკუთრებულ ყურადღებას იწვევს ფაბლიქ რილეიშენზის ბაზრის კოლონიზაცია“ (კაპანაძე, ხახუტაშვილი 2003: 7)).

ტერმინი „პიარის ლინგვისტიკა“ ხელოვნური ტერმინია, მაგრამ რაკი პიარისთვის უპირველესი იარაღი სწორედ ენობრივი ტექსტია (ზეპირი თუ წერილობითი), ამ ტერმინის გამოყენება ჩვენი ნაშრომის კონტექსტში შეიძლება გამართლებულად ჩაითვალოს.

თანდათან აბრევიატურა ტერმინად იქცა. პიარის გატერმინება შეიძლება შევადაროთ ასევე აბრევიატურული ფორმის - „ნატოს“ ტერმინად ჩამოყალიბებას. „ნატო“ რიგითი მოქალაქეებისათვის ნაკლებად არის ცნობილი, როგორც „ჩრდილოატლანტიკური ხელშეკრულების ორგანიზაცია“. ცოტამ თუ იცის, როგორ იშიფრება NATO, თუმცა, პიარის მსგავსად, ეს აბრევიატურა ტერმინად აქტიურად გამოიყენება.

უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ პიარი და საზოგადოებრივი ურთიერთობები სხვადასხვაგვარ არის აღქმული ქართულ საზოგადოებაში. ეს იმითაც შეიძლება აიხსნას, რომ ანალოგიური სამსახური საქართველოს წარსულში არ ჰქონია. შესაბამისად, საზოგადოებრივმა ურთიერთობებმა ცოტა განსხვავებული დატვირთვა შეიძინა ქართველის აზროვნებაში. როცა ვსაუბრობთ საზოგადოებრივ ურთიერთობებზე, ჩვენ უფრო წარმოგვიდგება ურთიერთობა საზოგადოებასთან, მეგობრებთან, კოლეგებთან. ხოლო „საზოგადოებრივი ურთიერთობები“, როგორც ოფიციალური საქმიანობის (ბიზნესის, საოფისე, სოციალური სამსახურების და ა. შ.) აღსანიშნად მიმართავენ ტერმინს „პიარი“. შეიძლება ითქვას, რომ ქართულ სინამდვილეში შესიტყვება „საზოგადოებრივი ურთიერთობები“ და ტერმინი „პიარი“ ერთმანეთს ვერ ცვლის.

აქვე ჩნდება კიდევ ერთი პრობლემა. პიარი საზოგადოებაში გამოიყენება არასწორ კონტექსტში, რაზეც სპეციალისტები ბევრს მსჯელობენ და ხშირად გამოთქვამენ წუხილს ამის თაობაზე. პიარს ძირითადად გამოიყენებენ რეკლამის მნიშვნელობით, მაშინ როცა რეკლამა პიარის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია. სადავოა ასევე ტერმინი „შავი პიარი“, რომელიც ნეგატიურ და არაჯანსაღ პროცესებთან ასოცირდება. „შავი პიარი“ მსოფლიოში რუსმა პიარ-ტექნოლოგებმა მოიგონეს და ქართულ სინამდვილეშიც აქტიურად გამოიყენება. აღსანიშნია, რომ „შავი პიარი“ არ ფიქსირდება უცხოენოვან ლექსიკონებში მაშინ, როცა ინგლისურ-ქართულ ლექსიკონში თარგმანისა და განმარტების შემდეგ, მაგალითებში მოყვანილია შემდეგი მაგალითები: black / negative / public / relations (<http://dictionary.ge/ka/word/P9/>). ვიკიპედიაში შავი პიარი მოხსენებულია როგორც ნეგატიური პიარ-კამპანია, რომელიც ანადგურებს ამა თუ იმ პირის რეპუტაციას არაჯანსაღი მეთოდების გამოყენებით. (http://en.wikipedia.org/wiki/Black_PR). შავ პიარს „ქაჯურ პიარადაც“ კი მოიხსენიებენ.

2005 წელს ქართულ ინტერნეტსივრცეში ჩატარდა პირველი პიარკონფერენცია, სადაც სტუდენტებმა, სპეციალისტებმა და პრაქტიკოსებმა განიხილეს პიართან დაკავშირებული პრობლემური საკითხები. ამ კონფერენციის წერილობით მიმოხილვაში პიარი ჯერ კიდევ აბრევიატურით არის მოცემული. თუმცა უკვე კონფერენციაზევე დაისვა კითხვა იმის თაობაზე, თუ რომელია სწორი ფორმა - „ფიარი“ თუ „პიარი“, რაც თვალსაჩინო მაგალითია იმისა, თუ რა „ფონეტიკურ ბორგვას“ გაივლის ხოლმე უცხო

სიტყვა, სანამ მას მიმღები ენა გაითავისებს. ამ საკითხისადმი სპეციალისტებს დღესაც არაერთგვაროვანი დამოკიდებულება აქვთ. ვფიქრობთ, „პიარ“ ფორმას („ფიარ“ ფორმასთან შედარებით) მხარს უჭერს შემდეგი გარემოებები:

1. ქართული სალიტერატურო ენის ოფიციალური ნორმით ინგლისური ‘p’, ‘t’, ‘k’ ქართულში შესაბამისი აბრუპტივით გადმოდის (იხ. ჟურნალისტის სტილისტიკური ცნობარი, თბილისი, 2002. ვ. თოფურია, ივ. გიგინეიშვილი, ქართული ენის ორთოგრაფიული ლექსიკონი, თბ., გამომც. განათლება 1998; უცხოური პირთა სახელების ორთოგრაფიული ლექსიკონი, თბ., 1989, ქართ. საბჭოთა ენციკლოპედიის მთავარი სამეცნიერო რედაქცია).

2. შესაძლოა, ფონეტიკურად, ბგერის რაგვარობის მიხედვით, ინგლისური ბგერა ‘p’ უფრო ახლოს დგას ქართულ ყრუ ფშვინვიერ „ფ“-სთან, ვიდრე მკვეთრ „პ“-სთან. თუმცა ინგლისურს ე. წ. ‘p’ ჯგუფის ბგერათა (p, f, ph) რაოდენობა ქართულთან შედარებით მეტი აქვს და გამართლებული არ იქნება, სამივე ინგლისური ფონემა ერთადერთი ქართული ფონემით (ყრუ ფშვინვიერი „ფ“ ბგერით) გადმოვიდეს, რამდენადაც ინგლისურში ეს სამი ფონემა ერთგვაროვანი სულაც არაა. ამავე ლოგიკით, ინგლისურიდან, ვერც – p, f, ph, t, th, gth, c, ck, k ბგერები გადმოვა ქართულში ოდენ ყრუ ფშვინვიერების („ფ“, „თ“ და „ქ“) სახით, რაც ვერც ინგლისურში ამ ბგერათა შორის არსებულ რეალურ განსხვავებას ასახავს და ვერც ქართული ენის ფონოტაქტიკის კანონებს შეესაბამება (ქართული ხასიათდება მკვეთრების სიმრავლით და ფშვინვიერების სიმცირით). უცხო სიტყვათა ამგვარი სესხებით კი შეიქმნება გარკვეული დისბალანსი.

3. გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ მიმღები ენისთვის არსებობს ტრადიციის ძალა. ქართულ ენას შემუშავებული აქვს სესხების გარკვეული ტაქტიკა. ნორმების დარღვევა კი იწვევს დუბლეტების წარმოქმნას. გარდა ამისა, სესხებისას უპირატესობა ენიჭება დამწერლობას და არა ზეპირმეტყველებას, რომლის ზუსტი გადმოტანა წერილობით მეტყველებაში ფაქტობრივად შეუძლებელიცაა. შესაბამისად, ლოგიკური იქნება გამსესხებელი ენიდან ‘f’ და ‘ph’ გადმოვიდეს როგორც ყრუ ფშვინვიერი „ფ“, ხოლო ‘p’ როგორც ყრუ მკვეთრი „პ“. შესაბამისად, PR არის „პიარი“ (ისევე როგორც computer – კომპიუტერი, politics – პოლიტიკა და ა. შ.), რასაც ამაჟამად მოქმედი სალიტერატურო ნორმაც ადასტურებს.

ტერმინ „პიარის“ დამკვიდრებასთან ერთად შემოვიდა უამრავი ახალი ტერმინი თუ ჟარგონიზმი, რაც სავსებით ბუნებრივი პროცესია, განსაკუთრებით ბიზნესისა და ეკონომიკის განვითარების ასეთი ტემპის ფონზე. რადგან პიარს ჰქონდა ქართულში დამხვედური ფორმა „საზოგადოებრივი ურთიერთობები“ თავისი სემანტიკით, მოხმარების არეალითა და სათანადო კონოტაციური ამპლიტუდით, აღმოჩნდა, რომ თავის ამერიკულ (ინგლისურენოვან) ეკვივალენტს ამ შესიტყვებამ თავისი ძველი სემანტიკა არ დაუთმო; იყო კიდევ ერთი მიზეზი, რამაც პიარისა და ქართული „საზოგადოებრივი ურთიერთობების“ გაიგივება დააბრკოლა – ეს იყო ნასესხების სიმოკლე (რასაც მისი აბრევიაციულობა განაპირობებდა). ქართულმა ეს სპეციფიკური ლექსემა (გალექსემებული აბრევიაცია) სიმოკლის გამოც მიიღო. სწორედ ამის შემდეგ მოირგო ენამ ეს ტერმინი და თავის წიაღში „დაატრიალა“ ისეთი საკუთრივ ქართული ფორმებით, როგორიცაა: „გაპიარება“, „პიარისტი“, „გაპიარებული“, „განაპიარები“, ასევე ჟარგონები „დაპიარება“, „პიარმენი“, „პიარშჩიკი“ და ა. შ.; თითოეული ეს ტერმინი, შეძლებისდაგვარად, განმარტებას მოითხოვს.

შეიძლება ჩაითვალოს, რომ ტერმინმა „პიარმა“ გაიარა ადაპტაციის პროცესი და მიიღო კონკრეტული ფორმა, ფონეტიკური ყალიბი. რაც შეეხება მნიშვნელობას, მიუხედავად სპეციალისტების მცდელობისა მოგვაწოდონ პიარის სწორი განმარტება, საზოგადოებაში პიარი აღიქმება უფრო როგორც რეკლამა, რამდენადაც მისი ზუსტი ეკვივალენტი ქართულში „საზოგადოებრივი ურთიერთობები“ სხვა დატვირთვის მქონეა (ამასთან მას არა აქვს ტერმინული თვისებები, და საერთო ენობრივ მიმოქცევაში მოიხმარება).

ბოლო ათწლეულებია საქართველოში საკმაოდ აქტიურად იყენებენ როგორც პიარს, ისე პოლიტიკურ მარკეტინგს. ეს სფერო განსაკუთრებით აქტიურია არჩევნების წინა პერიოდში.

2.8. საქართველოში ჩატარებული არჩევნების მოკლე მიმოხილვა 1990 წლიდან დღემდე

დამოუკიდებლობის აღდგენიდან დღემდე, საქართველოში სულ ჩატარდა 6 საპრეზიდენტო და 8 საპარლამენტო არჩევნები. 1990 წლის 28 ოქტომბერს ჩატარდა პირველი დემოკრატიული, მრავალპარტიული საპარლამენტო არჩევნები, რომელშიც 14 პარტიამ მიიღო მონაწილეობა. არჩევნები ჩატარდა შერეული სისტემით. საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისიის მონაცემების მიხედვით³, არჩეულ იქნა უზენაესი საბჭოს 250 (125 პროპორციული და 125 მაჟორიტარული სისტემით) დეპუტატი 5 წლის ვადით. 4%-იანი ბარიერი გადალახა და პროპორციული სისტემით მანდატები მიიღო მხოლოდ ორმა პარტიამ:

1. „მრგვალი მაგიდა–თავისუფალი საქართველო“ (81 დეპუტატი)

2. საქართველოს კომუნისტური პარტია (44 დეპუტატი)

შესაბამისად, ხელისუფლებაში მოვიდა „მრგვალი მაგიდა – თავისუფალი საქართველო“.

1991 წლის 14 აპრილს საქართველოში პრეზიდენტის ინსტიტუტი შემოიღეს. არჩევნები ჩატარებულად ჩაითვლებოდა თუ მასში მონაწილეობას მიიღებდა ამომრჩეველთა საერთო რაოდენობის უმრავლესობა. არჩეულად ჩაითვლებოდა ის კანდიდატი, რომელიც მიიღებდა არჩევნებში მონაწილეთა საერთო რაოდენობის 50%-ზე მეტის მხარდაჭერას. საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისიის მონაცემებით, ყველაზე მეტი ამომრჩეველი სწორედ 1991 წლის 26 მაისის არჩევნებზე გამოცხადდა. დამოუკიდებელი საქართველოს პირველი პრეზიდენტი გახდა ზვიად გამსახურდია.

მომდევნო საპრეზიდენტო არჩევნები ჩატარდა 1995 წლის 5 ნოემბერს, რომელშიც გაიმარჯვა ედუარდ შევარდნაძემ. ის მეორე ვადითაც იქნა არჩეული 2002 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებში. 2004 წელს ის მიხეილ სააკაშვილმა შეცვალა, რომელიც ასევე ორი ვადით ეკავა საპრეზიდენტო პოსტი.

³ საქართველოს არჩევნების ისტორია 1990 – 2010 <http://www.cesko.ge/files/TEA/archevnebisistoria/geohistory.pdf>
მოპოვებულია 1.12.2015

ჩვენი კვლევის პერიოდად ავირჩიეთ 2012 წლის საპარლამენტო, 2013 წლის საპრეზიდენტო და 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნები.

2012 წლის 1 ოქტომბრის არჩევნები იყო პირველი არჩევნები დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში, რომელშიც მმართველი პარტია დამარცხდა. ეს არჩევნები იმითაც იყო გამორჩეული, რომ მასში მონაწილეობა გადაწყვიტა ბიზნესმენმა ბიძინა ივანიშვილმა, რომელმაც შექმნა კოალიცია „ქართული ოცნება“ და მასში 6 პარტია გააერთიანა. „ქართული ოცნება“ იქცა მმართველი ძალის - „ნაციონალური მოძრაობის“ - ძირითად კონკურენტად. ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკურ გააქტიურებას მოყვა მისთვის საქართველოს მოქალაქეობის ჩამორთმევა, წინასაარჩევნო პერიოდში განახლებული მეცხრე არხის დაყადაღება, ივანიშვილის მრავალჯერადი დაჯარიმება და ა. შ. წინასაარჩევნო გარემო იყო საკმაოდ დაძაბული, პოლარიზებული და კონკურენტული.

წინასაარჩევნო პერიოდში ჩატარებული კვლევების უმრავლესობის თანახმად, 2012 წლის არჩევნებში გამოიკვეთა ორი პოლიტიკური ძალა: „ნაციონალური მოძრაობა“ და „ქართული ოცნება“. თუმცა, აღსანიშნავია ის, რომ NDI-ს, IRI-ს და სხვა კვლევების თანახმად, ლიდერად რჩებოდა მაინც „ნაციონალური მოძრაობა“.

„ნაციონალური მოძრაობის“ საარჩევნო სლოგანი იყო „მეტი სარგებელი ხალხს“. მათ პროგრამაში პრიორიტეტული იყო სოფლის მეურნეობის გაძლიერება, ჯანდაცვა და დაზღვევის სისტემის მოდერნიზაცია, ასევე 1000 ლარიანი ვაუჩერების დარიგების საკითხი. საგარეო კურსი ისევ დასავლეთთან ინტეგრაცია იყო. „ნაციონალური მოძრაობა“ ქართულ ოცნებას რუსეთთან კავშირში ადანაშაულებდა. „ქართული ოცნება“ კი თავის მხრივ, საგარეო პოლიტიკის პრიორიტეტად რუსეთთან ურთიერთობების ნორმალიზებას და იმავდროულად ევროკავშირსა და ნატოში ინტეგრაციას ასახელებდა. გარდა ამისა, კოალიციის საარჩევნო პროგრამის ძირითადი თემა იყო ჯანდაცვის, დაზღვევისა და სოფლის მეურნეობის სისტემის რეფორმები, მთავარი დაპირება კი - სოფლის მეურნეობის განვითარების მილიარდიანი ფონდის შექმნა.

არჩევნებამდე ორი კვირით ადრე გამოქვეყნდა გლდანის ციხეში პატიმართა წამების ამსახველი ვიდეოები, რასაც სამოქალაქო საზოგადოებისა და სტუდენტების ფართომასშტაბიანი საპროტესო აქციები და ორი მინისტრის - სასჯელაღსრულებისა და

შინაგან საქმეთა მინისტრების - გადადგომა მოჰყვა. სკანდალმა უარყოფითად იმოქმედა მმართველი პარტიის საარჩევნო შანსებზე.

საქართველოს ცენტრალური საარჩევნო კომისიის ოფიციალური მონაცემებით, საბოლოოდ 3,613,851 ამომრჩევლიდან არჩევნებში მონაწილეობა მიიღო 2,215,661-მა, ანუ საერთო რაოდენობის 61.31%. 5%-იანი ბარიერი გადალახა 2 საარჩევნო სუბიექტმა - „ბიძინა ივანიშვილი - ქართული ოცნება“ და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა-მეტი სარგებელი ხალხს“. პროპორციული საარჩევნო სისტემით გასანაწილებელი 77 მანდატი შემდეგნაირად გადანაწილდა: „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა-მეტი სარგებელი ხალხს“ - 33 მანდატი (867,432 ხმა, 40.34%) - „ბიძინა ივანიშვილი - ქართული ოცნება“ - 44 მანდატი (1,181,862 ხმა, 54.97%) 73 მაჟორიტარულ საარჩევნო ოლქში მანდატები შემდეგი თანაფარდობით გადანაწილდა: - „ბიძინა ივანიშვილი - ქართული ოცნება“ - 41 მანდატი, „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა-მეტი სარგებელი ხალხს“ - 32⁴.

2013 წლის 27 ოქტომბერს გაიმართა რიგით მეექვსე საპრეზიდენტო არჩევნები. ცენტრალური საარჩევნო კომისიის მონაცემების მიხედვით, არჩევნებში მონაწილეობა მიიღო სულ 1 660 976-მა ამომრჩეველმა, რაც შეადგენს ამომრჩეველთა საერთო რაოდენობის (3 537 719) 46,95 %. საბოლოო შედეგების მიხედვით გიორგი მარგველაშვილმა ხმების 62,12% მოიპოვა, დავით ბაქრაძემ - 21, 72%, ნინო ბურჯანაძემ - 10,19%, შალვა ნათელაშვილმა - 2,88% და გიორგი თარგამაძემ - 1,06%. პრეზიდენტობის დანარჩენი კანდიდატების პროცენტულმა მაჩვენებელმა ვერ გადააჭარბა 1%-ს⁵.

აღსანიშნავია დავით ბაქრაძის მიერ მოპოვებული მაღალი პროცენტი მას შემდეგ, რაც ხალხმა 2012 წლის არჩევნებში უნდობლობა გამოუცხადა „ნაციონალურ მოძრაობას“.

როგორც პიარისა და მარკეტინგული კომუნიკაციების კომპანია „ჯებრა“-ს უფროსმა კონსულტანტმა - სოსო გულაშვილმა „ინტერპრესნიუსთან“ ინტერვიუში განაცხადა, 2013 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები „განსხვავებულია თითქმის ყველა არჩევნებისგან. მთავარი განმასხვავებელი ნიშანი გახლავთ სიმშვიდე წინასაარჩევნო კამპანიის წარმართვის პერიოდში. არ არის ისეთი დაძაბულობა, როგორც წინა წლებში იო. კანდიდატები ერთმანეთის მიმართ გარკვეული კორექტულობით გამოირჩევიან, რაც

⁴ <http://www.cesko.ge/uploads/other/13/13680.pdf> მოპოვებულია 25.12.2015

⁵ <http://www.cesko.ge/uploads/other/26/26607.pdf> მოპოვებულია 3.12.2015

ჩვენთვის ნამდვილად უჩვეულოა. წინა წლების საარჩევნო კამპანიების მსვლელობისას გვახსოვს კანდიდატების მხრიდან ერთმანეთისთვის ტალახის სროლა, სხვადასხვა ფორმით ბევრი პრეტენზიის წაყენება. გვახსოვს ფიზიკურ დაპირისპირებამდე და ძალადობამდე მისული ვითარებები. დღეს ამგვარი რამ არ ხდება და ეს არის ის, რაც ძირითადად განასხვავებს წლევეანდელ საპრეზიდენტო არჩევნებს ყველა წინა წლების საპრეზიდენტო არჩევნებისგან⁶. სოსო გულაშვილმა ასევე აღნიშნა ისიც, რომ 2013 წლის არჩევნებში საპრეზიდენტო კანდიდატებს არ გამოუყენებიათ უცხოელი კონსულტანტების დახმარება და მათ ქართული პიარტექნოლოგიები ეხმარებოდნენ⁶.

საპრეზიდენტო არჩევნების ლიდერი კანდიდატების - გიორგი მარგველაშვილის, დავით ბაქრაძისა და ნინო ბურჯანაძის წინასაარჩევნო სტრატეგიები ერთმანეთისგან განსხვავდებოდა. დავით ბაქრაძე ძირითად აქცენტს აკეთებდა 2012 წლის არჩევნების შემდგომ ხელისუფლებაში მოსული „ქართული ოცნების“ წარუმატებლობასა და შეუსრულებელ დაპირებებზე.

ბურჯანაძის მთავარი დაპირება კი იყო ხელისუფლებაში მოსვლის შემთხვევაში სამართლიანობის აღდგენა, რაც „ქართულმა ოცნებამ“ ვერ შეძლო.

მარგველაშვილთან დაკავშირებით კი, როგორც სოსო გულაშვილი აღნიშნავს, „ცნობადობისა და იდენტიფიკაციის პრობლემა არსებობდა, მაგრამ პიარტექნოლოგიების რეკომენდაციით მან ძალიან სწრაფად შეიცვალა იმიჯი“. ძალიან მალე მარგველაშვილი საკმაოდ გამორჩეული კანდიდატი გახდა და წარმატებასაც მიაღწია.

პოლიტიკური მარკეტოლოგის - შალვა ალავიძის განმარტებით, მარკეტინგულ სტრატეგიას კომპანიები ირჩევენ იმის მიხედვით, თუ რა მდგომარეობა აქვთ მათ ბაზარზე. მარკეტოლოგი გამოყოფს ოთხ მდგომარეობას, ესენია: ლიდერი, პრეტენდენტი, მიმდევარი და „პარტიზანები“ ანუ ნიშაზე ორიენტირებულები. სწორედ ამის საფუძველზე ირჩევენ კომპანიები შესაბამის მარკეტინგულ სტრატეგიებსაც.

მსოფლიოში არსებული სტატისტიკური გათვლების და ქართული სინამდვილის გათვალისწინებით, შალვა ალავიძის თანახმად, ბაზრის ლიდერი გახდა გ. მარგველაშვილი - 40%-ით, პრეტენდენტი - ბურჯანაძე - 30%-ით, ხოლო

⁶ <http://www.interpressnews.ge/ge/interviu/255679-soso-galumashvili-giorgi?ar=A> მოპოვებულია 3.12.2015

მიმდევარი - ბაქრაძე - 15%-ით. ნიშაში მყოფი ანუ პარტიზანები - თარგამაძე, ნათელაშვილი და სხვა (მხოლოდ ამ ჯგუფშია რამდენიმე წარმომადგენელი) - 5%-ით.

2014 წლის 15 ივნისს ჩატარდა თვითმმართველობის არჩევნები. არჩევნებამდე პარლამენტში სიტყვით გამოსვლისას მარგველაშვილმა თვითმმართველობის რეფორმის მნიშვნელობაზე გაამახვილა ყურადღება:

"მივესალმები იმას, რომ პარლამენტმა თვითმმართველობის კოდექსი მიიღო, თუმცა იცით, რომ რეფორმა კოდექსის მიღებით მხოლოდ იწყება. 2014 წელს ჩვენ წინაშე დგას უმნიშვნელოვანესი ამოცანა, რომ არათუ ჩავატაროთ თვითმმართველობის არჩევნები, არამედ რეალურად ავამუშაოთ თვითმმართველობის სისტემა. მივესალმები იმას, რომ მერები და გამგებლები პირდაპირი წესით იქნებიან არჩეული". პრეზიდენტმა ასევე ბრძანა, რომ 2014 წლის არჩევნები უნდა ყოფილიყო თვისობრივად უკეთესი და არა იმაზე ნაკლები, რაც 2013 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები იყო." "ეს უმნიშვნელოვანესი პოლიტიკური ამოცანაა, რითაც დავასრულებთ 2012 წელს დაწყებულ დემოკრატიის კონსოლიდაციის პროცესს. გამომდინარე იქიდან, რომ პოლიტიკურმა ძალებმა, სადამკვირვებლო მისიებმა, საზოგადოებამ უცხად არ გაიგოს არჩევნების შესახებ და დაიწყოს არჩევნებისთვის დროული მზადება"⁷.

როგორც ექსპერტები ამბობენ და ქართული წინასაარჩევნო დისკურსის დაკვირვებითაც იკვეთება, ქართველი პოლიტიკოსები საკმაოდ აქტიურად მიმართავენ სხვა ქვეყნების გამოცდილებას და საკმაოდ დიდი ყურადღება ეთმობა წინასაარჩევნო ტექსტებზე მუშაობას. ნაშრომის შემდეგ ნაწილში შევეცდებით გავარკვიოთ თუ რა როლი აქვს ენას წინასაარჩევნო მარკეტინგის ეფექტურად წარმართვის პროცესში.

⁷ <http://www.mrdi.gov.ge/ge/news/press/5307316c0cf298a857ab7e2a> მოპოვებულია 4.01.2016

III თავი

წინასაარჩევნო პოლიტიკური დისკურსის ლინგვისტური ანალიზი

3.1. მეტაფორები პოლიტიკურ დისკურსში

როგორც ცნობილია, პოლიტიკური რიტორიკული ტექსტის ყველაზე ნიშანდობლივ მახასიათებელს მეტაფორა წარმოადგენს. მეტაფორა კი თანამედროვე სოციოლინგვისტურ (ლინგვოპოლიტოლოგიური, ფუნქციური სტილისტიკის.) კვლევებში საყოველთაო ყურადღებას იპყრობს (ტაბიძე 2015 (1): 283). რამდენადაც რიტორიკის ცნება დღეს მნიშვნელოვნად გაფართოვდა და ტრადიციული მჭევრმეტყველებითი შინაარსის გარდა, ლოგიკური კანონებით აგებული ნებისმიერი აკადემიური ტექსტიც მოიცვა, აუცილებლად მიგვაჩნია იმის მითითება, რომ ნაშრომის წინამდებარე ქვეთავის მთავარი დაკვირვების საგანი სწორედ მჭევრმეტყველებითი ტექსტი და არა ნებისმიერი აკადემიური ტექსტია.

მეტაფორა სიტყვის თუ გამოთქმის გადატანით მნიშვნელობას წარმოადგენს. ეს კარგად ჩანს ამ სიტყვის ამოსავალ შინაარსშიც (ბერძნულად „meta“ -ით, „pherein“ - ტარება). გადატანის, მოძრაობის ცნება გულისხმობს ცვლილებას, ხაზს უსვამს მეტაფორის უნარს გადაგვიყვანოს სხვა განზომილებაში ჩვენში ემოციური რეაქციის გამოღვიძებით. არისტოტელე მეტაფორას განსაზღვრავს, როგორც „საგნისთვის ისეთი სახელის მინიჭებას, რომელიც სხვას ეკუთვნის“ (Poetics, Ross 1952: 1257. Charteris-Black 2004: 19). მეტაფორა სიტყვის ან ფრაზის მნიშვნელობის ცვლილებით მიიღება, როდესაც სიტყვა აღმოჩნდება კონტექსტში, რომელშიც მისი გამოჩენა მოულოდნელია, ეს იწვევს ამ სიტყვისა თუ ფრაზის სემანტიკური მნიშვნელობის გაძლიერებას.

მეტაფორის ცნება უაღრესად ტევადია, რადგან მეტაფორები სხვადასხვა პრინციპით შეიძლება კლასიფიცირდეს. ამ მრავალფეროვნებასა და დახარისხების პრინციპთა ნაირგვარობის ერთ–ერთი განმაპირობებელი ისიცაა, რომ მეტაფორა განსაკუთრებით მგრძნობიარეა დისკურსის მიმართ. პერელმანისთვის მეტაფორა არის

„შეკვეცილი ანალოგია, რომელიც ფორისა (phore) და თემის შერწყმის შედეგად მიიღება“ (პერელმანი 2008, 535). პერელმანი არგუმენტაციულ დისკურსში ორი ტიპის მეტაფორას შეისწავლის. იგი მიძინებულ მეტაფორას უწოდებს ისეთ მეტაფორებს (პერელმანის მიერ გამოყენებული ტერმინი, 2008, 543), რომელთაც არა აქვთ ემოციური ზეგავლენის ფუნქცია. მასში მეტაფორის მნიშვნელობა თითქოს წაშლილია, რადგან დაპირისპირების აღქმა პირდაპირ და გადატანით მნიშვნელობებს შორის იშვიათად ხდება. პოლიტიკურ დისკურსში ე. წ. მიძინებული მეტაფორის გამოყენება უნივერსალურია. ცოცხალი, ავტორისეული, ორიგინალური მეტაფორისთვის კი დამახასიათებელია მსმენელში გამოწვეული მოულოდნელობა და იშვიათობა. რაც უფრო მოულოდნელია მოცემული ენობრივი ერთეული მოცემულ სამეტყველო სიტუაციაში, მით მეტია დამახსოვრებისა და მსმენელზე ემოციური ზემოქმედების ხარისხი (ადეიშვილი 2013: 112-113).

ამერიკელმა მეცნიერებმა ჯ. ლაკოფმა და მ. ჯონსონმა 1980 წელს შეიმუშავეს და ლინგვისტურ ლიტერატურაში დაამკვიდრეს **კოგნიტური** მეტაფორის ცნება. ამ მკვლევართა აზრით, კონცეპტუალური სისტემა, რომელზე დაყრდნობითაც ვაზროვნებთ და ვმოქმედებთ, თავიდან ბოლომდე მეტაფორულია თავისი არსით. ცნობილ ნაშრომში 'Metaphors we Live by' (Lakoff, Jonson 1980) ლაკოფი და ჯონსონი აღნიშნავენ, რომ ადამიანებს ახასიათებთ გარემომცველი სამყაროს და მიმდინარე მოვლენების მეტაფორული აღქმა (metaphorical mapping), რაშიც გამოხატულებას პოვნებს ამა თუ იმ ენის მატარებელთა კულტურა, ეროვნული ფსიქოლოგია და მსოფლმხედველობის სპეციფიკურობა. ჩვენი ყოველდღიური სასაუბრო ენა გაჯერებულია მეტაფორული გამოთქმებით. ეს გარკვეულწილად ამარტივებს კომუნიკაციის პროცესს, რადგანაც მეტაფორის არსებითი სპეციფიკურობა იმაში მდგომარეობს, რომ უფრო ნაცნობი, მარტივი საშუალებით მოახდინოს უფრო რთულისა და უცნობის აღქმა-გააზრება. ჯ. ლაკოფისა და მ. ჯონსონის დაკვირვებით, ენაში არსებული ცალკეული მეტაფორული გამოთქმები ხშირად ერთი დიდი, კოგნიტური მეტაფორის გამოვლინებას წარმოადგენს, რომელიც თავად შეიძლება არც იყოს ნახსენები ენაში, მაგრამ იგი არსებობს ერის ცნობიერებაში და გამოვლინებას პოვნებს ენაში ცალკეული გამოთქმების, სიტყვების, ფრაზეოლოგიზმების სახით (კირვალაძე 2009: 121).

ჯ. ლაკოფი თავის ნაშრომში „მეტაფორის თანამედროვე თეორია“ (ლაკოფი 1992) აღნიშნავს, რომ სიტყვა მეტაფორა განისაზღვრებოდა როგორც ახალი (ნოველ), ან პოეტური (მხატვრული) ლინგვისტური გამონათქვამი, რომელშიც რაიმე ცნების გამომხატველი ერთი ან მეტი სიტყვა გამოიყენება მისი ტრადიციული მნიშვნელობის „გარეთ“ მსგავსი ცნების გამოსახატავად. მთავარ განსხვავებად თანამედროვე და კლასიკურ თეორიებს შორის მას მიაჩნია განსხვავება პირდაპირ (სიტყვასიტყვით) და ფიგურალურ მნიშვნელობებს შორის. მე- 20 საუკუნის 70-იან წლებში მეტაფორაში იგულისხმებოდა ახალი, ადრე არარსებული მეტაფორა (novel metaphor), ანუ შემოქმედებითი (creative) მეტაფორა, ხოლო ტრადიციული (conventional) მეტაფორის სისტემა თითქმის შეუმჩნეველი რჩებოდა. მისი აზრით, „არსებობს ლინგვისტური გამოთქმების ახალ მეტაფორად ინტერპრეტირების სამი ძირითადი მექანიზმი: ტრადიციული მეტაფორის განვრცობა; ზოგადი მეტაფორები; და იმიჯ-მეტაფორები, ანუ ხატოვანი მეტაფორები. ყველაზე საინტერესო პოეტური მეტაფორა სამივე ამ მექანიზმს იყენებს“ (ლაკოფი 1989. ციტირებულია - პეტრიაშვილი 2010).

ჩარტერის-ბლეკი გამოყოფს შემდეგი ტიპის მეტაფორებს:

- **საყოველთაოდ მიღებული (კონვენციური) მეტაფორა.** მეტაფორის ეს ტიპი იმდენად ხშირად გამოყენებადია, რომ მისი სემანტიკური სიძლიერე შესუსტებულია.
- **ახალი (ამოუცნობი) მეტაფორა** წარმოადგენს მეტაფორის ტიპს, რომელიც არ გამოუყენებიათ არცერთ ენობრივ საზოგადოებაში, რაც ზრდის მის სემანტიკურ სიმძაფრეს.
- **კონცეპტუალური მეტაფორა** არის გამონათქვამი, რომელიც ხსნის სემანტიკურ დაძაბულობას მეტაფორების ურთიერთკავშირის ჩვენებით და ა. შ. (Charteris-Black 2004: 21-22).

რადგან მეტაფორას აქვს უნარი გააღვიძოს ემოციები, ის ხშირად გამოიყენება დარწმუნების ენაში. მაგრამ კონკრეტული მეტაფორის ეფექტი დამოკიდებულია ენის გამომყენებლის ლინგვისტურ და პრაგმატულ ცნობიერებაზე. მეტაფორა დამოკიდებულია ინტერპრეტაციაზე და ამიტომაც, წარმოადგენს ენის სუბიექტურ ასპექტს. მეტაფორა ასევე მნიშვნელოვანია ჩვენს ფარულ პოლიტიკური და სოციალურ შეხედულებებზე გავლენის მოსახდენად. ეს მეტაფორას ანიჭებს ცენტრალურ (და არა

პერიფერიულ) როლს ჰუმანიტარულ და სოციალურ მეცნიერებებში (Charteris-Black 2004: 23).

როგორც ჩარტერის-ბლეკი (Charteris-Black 2004) აღნიშნავს, მეტაფორის გამოყენებით მოსაუბრე ცდილობს მსმენელი გახადოს ინტერპრეტაციული აქტის მონაწილე. შემოქმედებითობა აუცილებელია როგორც იმათთვის, ვინც მეტაფორას ყოველდღიურ ენაში იყენებს, ისე მათთვის, ვინც ამ მეტაფორების ინტერპრეტაციითაა დაკავებული. ინტერპრეტაცია გულისხმობს მეტაფორებსა და იმ კოგნიტურ-პრაგმატულ ფაქტორებს შორის არსებული კავშირის განსაზღვრას, რომლებიც ამ მეტაფორებს აყალიბებს. ეს მოიცავს კონცეპტუალური მეტაფორების იდენტიფიცირებას.

პოლიტიკურ დისკურსში არსებული მნიშვნელოვანი მეტაფორაა ე. წ. „სპინ დოქტორი“ (Spin doctor), რაც რონალდ რეიგანმა მედიამანიპულაციის სპეციალისტებს უწოდა. ქართულად ეს ტერმინი შეიძლება ვთარგმნოთ, როგორც „პოლიტექნოლოგი“, პირდაპირ თარგმანში, ეს იქნება „ქსელის გაბმის (რთვის) ექიმი“. ეს ტერმინი პოლიტიკურ დისკურსში არსებული მნიშვნელოვანი მეტაფორაა. ჩარტერის-ბლეკის (Charteris-Black 2004: 47) განმარტებით, ის მოიცავს მანიპულაციის სამ ასპექტს: ობობა, რომელიც აბამს ქსელს მსხვერპლის მოსაზიდად; ქსელის გამბმელი, რომელიც „მსხვერპლს“ მიიზიდავს მოტყუებით და არა ძალის გამოყენებით; და მკურნალობისა და წრთობის იდეა. ამ მეტაფორის გამოყენების მთავარი მოტივაცია იყო ახალი ლეიბორისტების მიერ გამოყენებული მანიპულაციური მედიის ნეგატიური შეფასების პრაგმატული მიზანი.

იქედან გამომდინარე, რომ კლავს იკვლევს დისკურსის როლს სოციალური თანასწორობის შექმნაში, ჩნდება კითხვა, მონაწილეობენ თუ არა მეტაფორები საზოგადოებრივი აზრის კონსტრუქციაში და რა კავშირი შეიძლება მათ ჰქონდეთ კლავსთან. დიდი ხნის განმავლობაში ეს კავშირი უარყოფილი იყო ბევრი მეცნიერის მიერ. კლავს არ ცნობდა დისკურსის მნიშვნელობის კოგნიტურ თეორიებს. ბოლო პერიოდში ეს მოსაზრება შეიცვალა (Hart 2008: 91). კლავსში სოციოკოგნიტური მიდგომის გამოყენებას ემხრობა ვან დეიკი, რ. ვოდაკი და ბევრი სხვა მეცნიერი.

პ. ჩილტონის (Chilton 1996: 65) თანახმად, მეტაფორის მიმართ ინტერესი არისტოტელეს დროიდან აქტუალურია. როგორც წესი, ზოგი მეტაფორას მიიჩნევდა

კოგნიტური სფეროს საკვლევ ობიექტად, სხვები კი მის კვლევას რიტორიკას მიაწოდებდნენ. ზოგჯერ ეს ორი პერსპექტივა ერთიანდებოდა. ჩარტერის-ბლეკიც აღნიშნავს, რომ მეტაფორის დანიშნულებაა დარწმუნების საშუალებით შეხედულებებსა და გადაწყვეტილებებზე გავლენის მოხდენა; ეს მიზანი ხშირად ფარულია და ასახავს მოსაუბრის განზრახვებს კონკრეტულ კონტექსტში (Charteris-Black 2004: 21). მეცნიერი მიიჩნევს, რომ კრიტიკული მეტაფორების ანალიზი არის ერთ-ერთი მიდგომა, რომლის მიზანია ენის მომხმარებლების (მოსაუბრეების) განზრახვების გამომჟღავნება (Charteris-Black 2004: 34).

როგორც ქ. ჰარტი თავის სტატიაში - „კრიტიკული დისკურსის ანალიზი და მეტაფორა: თეორიული ჩარჩოს მიმართულებით“ აღნიშნავს, მეტაფორის კვლევა კლა-ის განუყოფელი ნაწილია და სავსებით შესაძლებელია შეიქმნას მეტაფორის კვლევის ჩარჩო კლა-ის ფარგლებში.

ქ. ჰარტი ეთანხმება მოსაზრებას, რომ მეტაფორა შესაძლოა მიჩნეულ იქნეს ენად ან დისკურსად, მაგრამ იმისთვის, რომ ის კლა-ის ნაწილად განვიხილოთ, საჭიროა ისეთი თეორიის შემუშავება, რომლითაც მეტაფორა დისკურსად განიხილება.

კოგნიტური ლინგვისტიკის ფარგლებში არსებობს მეტაფორის განხილვის ორი ვარიანტი: კონცეპტუალური მეტაფორის თეორია (conceptual metaphor theory), რომელიც ლაკოფსა და ჯონსონს (Lakoff 1993; Lakoff & Johnson 1980, 1999) ეკუთვნის და მეცნიერების ჯ. ფოკონიესა და მ. ტერნერის ე. წ. კონცეპტუალური შერწყმის თეორია (conceptual blending theory) (Fauconnier & Turner 2002). ამ ორ თეორიას შორის არსებობს როგორც მსგავსებები, ისე განსხვავებები. „ორივე მიდგომა მეტაფორას განიხილავს უფრო როგორც კონცეპტუალურ და არა როგორც უბრალოდ ლინგვისტურ ფენომენს“ (Grady, Oakley, Coulson 1999) (Hart 2008: 94). თუმცა არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავებებიც. ჩვენი მხრივ დავამატებდით, რომ კონცეპტუალურობა ლინგვისტურობას ხელს არ უშლის, რადგან ენა (განსაკუთრებით ისეთი, როგორიც ქართულია (ვგულისხმობთ, ენის აგლუტინაციურ ბუნებას, რაც ფორმაწარმოებითი პოტენციალის სიდიდესა, და შესაბამისად, სემანტიკურ-კონოტაციური შესაძლებლობების სიუხვეს განაპირობებს), მეტაფორიზების დროს ყოველთვის აკეთებს არჩევანს სემანტიკურ, სტილისტიკურ და ფორმოზრივ (გრამატიკულ) ვარიანტებს შორის.

მეტაფორის ანალიზის ერთ-ერთი მთავარი შეზღუდვა არის ის, რომ კოგნიტური მიდგომა იზოლირებულია პრაგმატული მიდგომისგან, რაც გულისხმობს იმას, რომ მეტაფორის გამოყენება არაფორმალურად ხდება, ხოლო პრაგმატული თვალსაზრისით, მოსაუბრე მეტაფორას იყენებს დარწმუნების მიზნით მის ხელთ არსებული კოგნიტური და ლინგვისტური საშუალებების კომბინირების გზით (Charteris-Black 2004: 11). კონცეპტუალური მეტაფორის თეორიისგან განსხვავებით, შერწყმის თეორია განიხილავს კონცეპტუალურ ოპერაციებს, რომლებიც დისკურსისას სრულდება. ქ. ჰარტის თანახმად, მეტაფორა ლინგვისტური გამოხატვის იმ კონკრეტულ ჯგუფს მიეკუთვნება, რომლებიც გულისხმობს მენტალური სივრცეების შექმნას. მეტაფორის შექმნისას, მენტალური სივრცეები გადიან სპეციფიკურ კონცეპტუალური შერწყმის ოპერაციებს. მეტაფორა შედგება თემისგან ან „სამიზნესგან“ და იდეის გავრცელების საშუალების ანუ „წყაროსგან“ (Bounegru & Forceville 2011: 212).

ფორსვეილმა გამოყო მეტაფორულობის დადგენის შემდეგი კრიტერიუმები:

- იდენტურობის ურთიერთმიმართება იქმნება ისეთ ორ ფენომენს შორის, რომლებიც მოცემულ კონტექსტში სხვა კატეგორიებს მიეკუთვნება;
- მოვლენები უნდა გავიგოთ როგორც სამიზნე, და შესაბამისად, წყარო: ისინი, ამ კონტექსტში, შეუქცევადია.
- სულ ცოტა ერთი კონოტაცია, რომელიც ასოცირდება წყაროსთან, უნდა მოერგოს სამიზნეს (Bounegru & Forceville 2011: 213).

როდესაც საუბარია წინასაარჩევნო დისკურსის როლზე საზოგადოებრივი აზრის კონსტრუქციაში, შეუძლებელია გვერდი ავუაროთ მეტაფორას. მეტაფორების გამოყენებით პოლიტიკოსები ახერხებენ თავიანთი გამოსვლების უფრო ემოციურად დატვირთვას, რაც ზრდის პოტენციური ამომრჩევლის ნდობას ამა თუ იმ პოლიტიკოსის მიმართ.

როგორც ს. ბაქსი აღნიშნავს, „მეტაფორა პოლიტიკურ პროცესს წარმოაჩენს ზევით შთაგონებულ რთულ მოგზაურობად, რომელსაც მივყავართ პოზიტიური და იმედისმომცემი ადგილისკენ. მეტაფორა ასევე გვიხატავს მსმენელს, როგორც ამ მოგზაურობაში მონაწილე მხარეს“ (Bax 2011:170). მსმენელი მუდმივად თანაარსებობს საარჩევნო სიტყვასთან, რადგან სწორედ მისი ინტერესის, კომპეტენციის, და თუ გნებავთ,

სამეტყველო პრიორიტეტების გამოცნობას ესწრაფვის ორატორი. უნდა ვთქვათ, რომ გზა და ბრძოლა ჩვენი ამომრჩევლისათვის განსაკუთრებით გამჭვირვალე სემანტიკისაა. საერთოდ, მსმენელზე გათვლილი ტექსტი ფუნქციური სტილების სოციალური თავისებურებებიდან გამომდინარეობს (ტაბიძე 2015: 108–113).

რამდენადაც მეტაფორა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს დარწმუნების პროცესში, საინტერესოა მისი გამოყენების ანალიზი წინასაარჩევნო დისკურსში. როგორც ჩანს, სიტყვების მეტაფორად გამოყენება უნივერსალურია, და თანამედროვე პოლიტიკური დისკურსისთვის დამახასიათებელია მრავალ ენაში.

ჯ. ლაკოფი (Lakoff 2002: 399) არჩევნებს ადარებს დოღს, ფეხბურთის მატჩს, ომს, „ხალხის ნების“, დემოკრატიულად დამყარების ლეგალურ პროცესს, მძაფრ, კონკურენციულ სამყაროს და ა. შ.

ს. ბრატოზი (Bratoz 2012) საუბრობს სლოვენური და ამერიკული წინასაარჩევნო დისკურსისთვის დამახასიათებელი მეტაფორების შესახებ. სლოვენიის შემთხვევაში, ყველაზე ხშირად გამოყენებულია შემდეგი მეტაფორული კონცეპტები:

- არჩევნები კონკურსია;
- არჩევნები ბრძოლაა (ომია);
- არჩევნები მოგზაურობაა;
- არჩევნები ამინდის ცვალებადობაა;
- არჩევნები შოუა (დადგმა);

რაც შეეხება ამერიკულ წინასაარჩევნო დისკურსს, ბრაზოტი (Brazot 2012) ასახელებს მეტაფორებს, რომლებიც იდენტიფიცირდება შეჯიბრთან, მოგზაურობასთან, აზარტულ თამაშებთან, ზღვით მოგზაურობასთან და შოუსთან. შესაბამისად, მკვლევრის დასკვნით, თუ ამ დისკურსს განვიხილავთ კრიტიკული დისკურსის ანალიზის თვალთახედვით „საზოგადოებრივი ცხოვრების ელემენტები მჭიდრო კავშირშია სხვა ელემენტებთან“ (Fairclough 2003: 3), რაც განაპირობებს ორი სხვადასხვა კულტურის მიერ მეტაფორებისა თუ სხვა ლექსიკური ერთეულების განსხვავებულ არჩევანს.

ნაშრომში შევეცადეთ გაგვეანალიზებინა ქართული წინასაარჩევნო დისკურსი. საკვლევ კორპუსად შევარჩიეთ 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო, 2013 წლის საპრეზიდენტო და 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნების მონაწილე

პოლიტიკოსების წინასაარჩევნო გამოსვლები. კორპუსის ძირითად ნაწილს შეადგენს ვიდეო მასალა. ასევე, გავანალიზეთ რამდენიმე ტექსტი, რისთვისაც რიგ შემთხვევებში გამოვიყენეთ კორპუსის კვლევის კომპიუტერული პროგრამა - AntConc-ი.

ანალიზის შედეგად გამოვყავით არჩევნებთან დაკავშირებული შემდეგი მეტაფორები:

არჩევნები (ზოგადად, პოლიტიკა) ბრძოლაა. ბრძოლას უკავშირდება ისეთი ლექსიკური ერთეულები, როგორიცაა გამარჯვება, დამარცხება, გამირი, თავგანწირვა და ა. შ.

ბ. ივანიშვილის გამოსვლები:

- თავის წინასაარჩევნო გამოსვლაში, ბიძინა ივანიშვილი ხაზს უსვამს იმას, რომ არჩევნები ბრძოლაა, რომელშიც ყველამ ერთად უნდა მიიღოს მონაწილეობა: *„ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსთვის.“⁸*

- „საპარლამენტო არჩევნები, რომელიც შემოდგომაზე უნდა გაიმართოს, ყოფნა-არყოფნის საკითხია ჩვენი ქვეყნისთვის: **ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ!** თუმცა, **გამარჯვებისთვის** მარტო სურვილი არ კმარა, **გამარჯვებისთვის** არ კმარა თავდადებული შრომაც კი, **გამარჯვებისთვის** არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა, **გამარჯვებისთვის** აუცილებელია კარგად გააზრებული, მკაფიო გეგმა, რომელიც სურვილსაც, თავგანწირვასაც და შრომასაც ერთიან კალაპოტში მოაქცევს და ერთი მიზნისკენ მიმართავს⁹. როგორც მაგალითიდან ჩანს, ბ. ივანიშვილი რამდენჯერმე ახსენებს სიტყვას „გამარჯვება“. ანაფორას „პერსუაზიული ზემოქმედების დიდი ძალა“ გააჩნია (ხახუტაშვილი 2012).

- „ხელისუფლებამ რაც არ უნდა დაგეგმოს, რაც არ უნდა მოიმოქმედოს, ეს **ბრძოლა აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება!**“¹⁰

⁸ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

⁹ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

¹⁰ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

- „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევცვალოთ საქართველოს თითოეული მოქალაქის ცხოვრება უკეთესობისკენ“¹¹.
- „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და საზრუნავი გახდეს ადამიანი და რომ ყველა მოქალაქე თანასწორი იყოს კანონის წინაშე“¹².
- „და დღეს, აქ, საზეიმოდ, მე გპირდებით, რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება!“¹³
- „ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას!“¹⁴
- „ჩვენ აუცილებლად მოვიგებთ ამ ბრძოლას, გპირდებით!!!“¹⁵
- „თუმცა წინ კიდევ ბევრი, დიდი თუ პატარა შეკრება გველის და საბოლოოდ მთელ ქვეყანას ერთ მუშტად შევკრავთ თავისუფალი არჩევნების მოსაპოვებლად“¹⁶. „ერთ მუშტად შევკრა“, როგორც წესი, ასოცირდება სირთულეებთან, გაჭირვებასთან, ომთან, როდესაც საჭირო ხდება გაერთიანება და ერთად ბრძოლა ბოროტების წინააღმდეგ.
- „ჩვენი მიზანია საქართველოს გამარჯვება და არა ვინმეს დამარცხება“¹⁷.

¹¹ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

¹² ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

¹³ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

¹⁴ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

¹⁵ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

¹⁶ ივანიშვილის სიტყვა „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე. 11 დეკ. 2011. <http://civil.ge/geo/article.php?id=24910> მოპოვებულია 13.09.2015

¹⁷ ივანიშვილის სიტყვა „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე. 11 დეკ. 2011. <http://civil.ge/geo/article.php?id=24910> მოპოვებულია 13.09.2015

- „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილია, წელში გატეხილია“¹⁸.

ბ. ივანიშვილის 2012 წლის 28 მაისის გამოსვლაში, ერთ-ერთი ყველაზე ხშირად გამეორებული კოლოკაციაა - „ვიწყებთ ბრძოლას“:

Concordance Hits: 7	
Hit	KWIC
1	... ელო! ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსთვის! დღეს ჩვენ აქ
2	... საქართველოს გამარჯვება. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევცვალოთ საქართველოს თითოეული მოქ
3	... ია. ეს უნდა დასრულდეს! დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და საზრუნავი გა
4	... შობლობი და არა სადმე სხვაგან. ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სამართლიანი სასამართლოსთვის და სამართალდამცავი სტრუქტურე
5	... მართალი დავუბრუნოთ ხალხს. ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას საქართველოს გაერთიანებისთვის, რათა გამთლიანებული, დემოკრატი
6	... უპირველესი მოვალეობაა. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას, რათა დავძლიოთ ჯანდაცვის სისტემაში შექმნილი კატასტროფული ვ
7	... ეტიკური მოტივების გამო. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილი და წელში

ცხრილი 1. კოლოკაცია „ვიწყებთ ბრძოლას“ ბ. ივანიშვილის გამოსვლაში.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, ოთხი ფრაზა ერთნაირად მეორდება „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას“. ამით ივანიშვილი ხაზს უსვამს იმას, რომ დღეს, ამ მომენტიდან იწყება საარჩევნო კამპანია ანუ ბრძოლა. მეორეც, „ჩვენ“ ნაცვალსახელის გამოყენებით, ივანიშვილი აერთიანებს ხალხს და მოუწოდებს ერთობლივი ძალებით დაამარცხო „მტერი“.

- კ. კალაძე: „მოგესალმებით ბატონებო და ქალბატონებო, ძვირფასო სტუმრებო, ჩვენო ოცნების ჯარისკაცებო, დღეს, ქვეყნისთვის ამ მნიშვნელოვან და გადამწყვეტ ეტაპზე ისევ ერთად ვართ, ისევ ერთმანეთის მხარდამხარ მივალოთ საბოლოო და სრულ გამარჯვებამდე“¹⁹.

- კ. კალაძე: „ჩვენ გავიმარჯვებთ ყველა ერთად. მეც, თქვენსავით, ერთი რიგითი ჯარისკაცი ვარ, რომელსაც არ უნდა, რომ მუდამ კასტრიების შიშის ქვეშ მყოფი მთავარსარდალი ყავდეს. მიშა, ხალხს აღარ სჯერა შენი, შენ უნდა წახვიდე. უნდა ისწავლო წასვლა და არა გაქცევა, როგორც გარბოდი ბრძოლის ველიდან და პარლამენტიდან. მიშა, იცოდე, ქართველი ხალხის ბრძოლა სამართლიანია და

¹⁸ 27.05.2012. წინასაარჩევნო კამპანია დაიწყო. ტელეკომპანია მაესტრო.

<https://www.youtube.com/watch?v=uxMOCpULOXQ> მოპოვებულია 14. 11. 2015

¹⁹ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ივნისი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016

ქართველი ხალხი აუცილებლად გაიმარჯვებს. ჩემო მეგობრებო, დებო და ძმებო, ასე, ერთსულოვნებით როგორც დღეს, ჩვენ ყველანი აუცილებლად გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ (სკანდირებს)...²⁰. კ. კალაძე სამჯერ იმეორებს სიტყვას „გავიმარჯვებთ“. როგორც ცნობილია, რეიტერაცია რიტორიკის კიდევ ერთი ეფექტური ხერხია.

დ. ბაქრაძე:

- „ძვირფასო მეგობრებო, ძვირფასო თანამებრძოლებო!“²¹
- „და დღეს, კამპანიის ბოლო დღეს, მინდა დიდი მადლობა ვუთხრა თითოეულ მათგანს - მადლობა ბრძოლისთვის, დაუღალაობისთვის, შემართულობისა და გაუტეხელობისათვის!“²²
- მე დარწმუნებული ვარ, რომ ჩვენ ვიქნებით წარმატებული ამ ბრძოლაში, იმიტომ რომ ეს არ არის ბრძოლა ვინმეს წინააღმდეგ, ეს არის ბრძოლა უკეთესი საქართველოს და ჩვენი შვილების უკეთესი მომავლისთვის“²³.

გ. თარგამაძე:

- „...ჩვენ ვიცით რა პასუხისმგებლობა ავიღეთ საკუთარ თავზე და რა ბრძოლაში ჩავებით“²⁴.
- „ჩვენ ყოველთვის ვართ მზად ბრძოლის მოსაგებად და ვიცით, რომ ეს არის ძალიან გრძელვადიანი ბრძოლა, ეს არ არის მოკლევადიანი გარბენა, ეს არის მარათონი პოლიტიკური, რომლისთვისაც მზად უნდა იყო“²⁵.

²⁰ 27/05/12 კახი კალაძის გამოსვლა აქციაზე <https://www.youtube.com/watch?v=MB8XELFwpzQ> მოპოვებულია 10.12.2015

²¹ დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

²² დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

²³ დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

²⁴ არჩევანი. გიორგი თარგამაძე 01.10.2013. https://www.youtube.com/watch?v=nbQ_vTWB1_Y. მოპოვებულია 19.12.2015.

²⁵ არჩევანი. გიორგი თარგამაძე 01.10.2013. https://www.youtube.com/watch?v=nbQ_vTWB1_Y. მოპოვებულია 19.12.2015.

- **ნონა გაფრინდაშვილი:** „მართალი გითხრათ, მას შემდეგ რაც ის (გულისხმობს ნინო ბურჯანაძეს) ოპოზიციაში აღმოჩნდა, ჩვენ ერთად ვიბრძოდით ამ წლების განმავლობაში იმ რეჟიმის წინააღმდეგ, რომელმაც ასეთი უბედურება მოუტანა ჩვენს ქვეყანას“²⁶ (პოლიტიკა ბრძოლა).

- **გ. მარგველაშვილი:** „... ამბობენ, რო ბოლომდე ვიბრძოლებთ (საუბრობს ნაციონალურ მოძრაობაზე) და ვინ ებრძვის ბოლომდე? აი ... ძან ბოლომდე მებრძვის, მე ვებრძვი მას ბოლომდე? რა უნდა... რა მაქ ეგეთი საბრძოლველი, ხო?...ეს ორი პარტია ერთმანეთს უპირისპირდება, ოღონდ გამოაცხადეს რაღაცა კოსმიური ბრძოლა, რო აი, არმაგედონი იქნება და ან ეს გაიმარჯვებს ან ის გაიმარჯვებს და სასაცილოა....“²⁷

არჩევნები თამაშია/სპორტია/შეჯიბრია. ამ მეტაფორას უკავშირდება ისეთი ლექსიკური ერთეულები, როგორიცაა გუნდი, დამარცხება, გამარჯვება, კენჭისყრა და ა. შ.

- **ბ. ივანიშვილი:** „გასული შვიდი თვის განმავლობაში ჩვენ შევძელით ოპოზიციური პოლიტიკური სპექტრის ერთ გუნდად გაერთიანება“²⁸.

- **დ. ბაქრაძე:** „როდესაც შენ თანხმდები, რომ გახდე ქვეყნის პირველი პირი და კენჭი იყარო პრეზიდენტის თანამდებობაზე, ეს არ არის კაბინეტში ან ოფისში შესვლა“²⁹.

- **დ. ბაქრაძე:** „პოლიტიკა არ არის ოლიმპიადა რომ ოლიმპიური პრინციპი მოქმედებდეს და მთავარი მონაწილეობა იყოს. როდესაც პოლიტიკოსი რაღაცაში მონაწილეობ, რა თქმა უნდა, იბრძვი გამარჯვებისთვის. (პოლიტიკა - სპორტია,

²⁶ არჩევანი - ნინო ბურჯანაძე - 08.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=PNDMk2UVWZU> - მოპოვებულია 19.12.2015.

²⁷ გ. მარგველაშვილი. პირდაპირი საუბარი. 14.10.2011. <https://www.youtube.com/watch?v=aDQU1UMkDN0> მოპოვებულია 20.12.2015.

²⁸ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

²⁹ არჩევანი. დავით ბაქრაძე არჩევანი. 15.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015.

შეჯიბრია). გულახდილად გეტყვით, რომ ჩემთვის, ამ შემთხვევაში, **გამარჯვება** ნიშნავს ბევრად უფრო მეტს, ვიდრე მხოლოდ ციფრს. ჩემთვის, ამ შემთხვევაში, **გამარჯვება** ნიშნავს იმას, რომ ჩავატარო ისეთი კამპანია, რომლითაც ყველას დავანახებ, რომ შეიძლება ამ ქვეყანაში აგრესიის და ქვის სროლის გარეშე იყო წარმატებული. ჩემთვის **წარმატება** ნიშნავს იმას, რომ ჩავატარო ისეთი კამპანია, რომლითაც ყველას დავანახებ, რომ მთავრობის დამხობის და ქუჩაში გამოსვლის მოწოდების გარეშე. მთავრობის კონტროლის და საქმის გაკეთების ლოზუნგით შეიძლება ამ ქვეყანაში იყო წარმატებული. ჩემთვის წარმატება ნიშნავს ისეთ კამპანიას...“³⁰.

- **დ. ნარმანია:** „...დღემდე ერთ გუნდად მოვედით, ამ არჩევნებშიც ერთად გავიმარჯვებთ, ერთად ვიზრუნებთ საქართველოზე, ერთად ვიზრუნებთ თბილისზე, ერთად შევქმნით ღირსეულ გარემოს ცხოვრებისა და საქმიანობისათვის... ეს არი ქართველი ხალხის წინაშე აღებული ვალდებულება და ეს არჩევნები ამ ვალდებულების შესრულების რეალური გზაა...“³¹.

- **ირაკლი ღარიბაშვილი:** „დღეს მინდა კიდევ ერთხელ დიდი მადლობა ვუთხრა ჩვენს დამფუძნებელს, ბატონ ბიძინა ივანიშვილს, რომელმაც 2 წლის წინ გაგვანთიანა **თავისუფლებისთვის ბრძოლაში**. დღეს ჩვენი ქვეყანა თავისუფალია, მეგობრებო, ჩვენ გავიმარჯვეთ 1 ოქტომბერს არჩევნებში და გადაჭრით ვთქვით უარი ისეთ ცხოვრებაზე, რომელსაც არ ვიმსახურებდით“³².

- **გ. მარგველაშვილი:** „კიდევ ერთხელ მინდა დავუბრუნდე იმას, რო ხელისუფლებას იდეოლოგიური არგუმენტი აღარ დარჩა. რეალურად, ხელისუფლების არსენალში, იმის სამტკიცებლად, რომ უნდა იყვნენ ისინი და ყვე...**ხელის გადაგრეხვას**

³⁰ არჩევანი. დავით ბაქრაძე არჩევანი. 15.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015.

³¹ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ივნისი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016

³² კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ივნისი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016.

უკან რამე სამართალი უდევს, ხო? შეიძლება ხელი გადაუგრიხო ადამიანს სხვადასხვანაირად“³³.

ზოგიერთ შემთხვევაში არჩევნებთან ასოცირდება როგორც თამაში, ისე ომი, ბრძოლა.: მოგება, წაგება, სტრატეგია, ტაქტიკა. მაგ.:

- ბ. ივანიშვილი: „ჩვენი მიზანია არა ვინმეს დამარცხება, არამედ საქართველოს გამარჯვება“³⁴.

- ბ. ივანიშვილი: „ჩვენ ვიწყებთ დღეიდან, რადგან ჩვენ გვწამს და მტკიცედ გვჯერა, რომ გავიმარჯვებთ არჩევნებში, საქართველო გაიმარჯვებს, ქართველი ხალხი გაიმარჯვებს, ჩვენ ერთად შევექმნით უკეთეს მომავალს და ერთად ავისრულებთ ქართულ ოცნებას“³⁵.

- ბ. ივანიშვილი: „ამიტომ, ჩემო მეგობრებო, თუ ჩვენი ღირებულებების მთავარი ქვაკუთხედები თავისუფლება, განახლებისაკენ სწრაფვა და მრავალფეროვნების პატივისცემა იქნება, თუ ჩვენი ცხოვრების წესი „მოდრაობა და მოძრაობა“, (ციტირებს ილია ჭავჭავაძის „მგზავრის წერილებიდან: „მოდრაობა და მარტო მოძრაობა არის, ჩემო თერგო, ქვეყნის ღონისა და სიცოცხლის მომცემი...“ ციტირება რიტორიკის ერთ-ერთი ხერხია) თუ ჩვენ განუხრელად დავიცავთ ჩვენი დიდი წინაპრის იდეებს და ქვეყანაზე ვიფიქრებთ, და არა ტაშზე - ჩვენი პოლიტიკური ძალა ღირსი იქნება გამარჯვების! მეტიც! ეს იქნება არა მხოლოდ პარტიის გამარჯვების გზა, არამედ მთელი ქვეყნის და თითოეული ჩვენი მოქალაქის კეთილდღეობის, სიმშვიდის და მშვიდობისკენ მიმართული გზა“³⁶.

³³ გ. მარგველაშვილი. პირდაპირი საუბარი. 14.10.2011. <https://www.youtube.com/watch?v=aDQU1UMkDN0> მოპოვებულია 20.12.2015

³⁴ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორმაზათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

³⁵ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორმაზათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

³⁶ დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

- **ბ. ივანიშვილი:** „სწორედ ამიტომ, ჩვენ ყველა ერთად გავიმარჯვებთ და ამით გაიმარჯვებს ჩვენი ხალხი და სამშობლო. ჩვენს გამარჯვებას და ჩვენი გამარჯვებით გამარჯვებულ საქართველოს გაუმარჯოს.“³⁷ (ალიტერაცია).

- **კ. კალაძე:** „მე დარწმუნებული ვარ, ჩვენ ერთად, ყველა, თქვენთან ერთად, ძალიან დიდ გამარჯვებას მივაღწევთ. ბატონი გიორგის გამარჯვებით და ეს იქნება თითოეული ჩვენთაგანის ოცნებების ასრულება და ის დიდი გამარჯვება, რომელიც გასული წლის ოქტომბერში დავიწყეთ“³⁸.

- **გ. მარგველაშვილი:** „გარანტიას გაძლევთ, 27-ში ჩვენ რომ მოვიგებთ“³⁹.

- **გ. მარგველაშვილი:** „როდესაც ჩვენ მოვიგებთ არჩევნებს, ძალაუფლება მე კი არ მომეცემა, დაგიბრუნდებათ თქვენ, ვისაც ეკუთვნის. ძალაუფლება დაუბრუნდება ხალხს“⁴⁰.

- **გ. მარგველაშვილი:** „გამარჯვება უნდა იყოს ძალიან დამაჯერებელი... ეს ქვეყანა არ არის მხოლოდ მთავრობის, მხოლოდ პოლიტიკური გუნდის, ეს არი თქვენი ქვეყანა და თქვენ აიღეთ პასუხისმგებლობა ამ ქვეყნის მართვაზე და ამ ქვეყანაში ძალიან მნიშვნელოვანი პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღებაზე ... ჩვენმა ამომრჩეველმა უნდა იცოდეს, ეს უნდა იყოს ჩვენი ერთობლივი გამარჯვება და ჩვენი ამომრჩეველი უნდა ჩაერთოს ამაში....“⁴¹.

- **გ. მარგველაშვილი** თავს აცხადებს კოალიციის წევრად და არა ინდივიდუალურ „მოთამაშედ“ ან „მებრძოლად“ და ამბობს:.. „მე ვიგებ (არჩევნები თამაში, ბრძოლა) როგორც კოალიციის წარმომადგენელი, როგორც კოალიციის

³⁷ დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm.

<https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

³⁸ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

³⁹ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015

⁴⁰ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁴¹ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

კანდიდატი და როგორც ბიძინა ივანიშვილის მეგობარი და მისი კანდიდატი და ბუნებრივია, ჩემი პიროვნებაც აქ ჩართულია“⁴².

- დ. ბაქრაძე: „ჩემთვის **წარმატება** ნიშნავს ბევრად უფრო მეტს, ვიდრე ერთი კონკრეტული ციფრია და მე ვფიქრობ, რომ ეს არის უფრო **სტრატეგიული ხედვა** არჩევნების, ვიდრე **ტაქტიკური** (მეტაფორა - თამაშის, ომის სტრატეგია, ტაქტიკა). თუმცა, რა თქმა უნდა, ისევ ვიმეორებ, როდესაც არჩევნებში მონაწილეობ, **იბრძვი** მაქსიმალური ციფრისთვის, პოლიტიკა **ბრძოლაა**, მაგრამ ამ **ბრძოლაში** მე ერთი რამე მეჯერა, რომ მიზანი არ ამართლებს საშუალებას“⁴³.

- გ. მარგველაშვილი: „... იქ შეიძლება აზრი ქონდეს ამა თუ იმ **ტაქტიკას**, როდესაც შენ გჩაგრავენ (მეტაფორა - ომის ტაქტიკა), მაგრამ როდესაც ეს არი **პოლიტიკური ბრძოლა**, აქ მაინც სხვა კრიტერიუმები შემოდის. აი, ამ **პოლიტიკურ ბრძოლას** ყოველთვის აქვს თავისი ფონი და თავისი მნიშვნელობა და ამ თვალსაზრისით...“⁴⁴.

- ნ. ბურჯანაძე: „ჩემი პარტიის და „სახალხო კრების აქტივისტები“, რაიონული ორგანიზაციები ღიად და პირდაპირ იყვნენ ჩართული „ოცნების“ კამპანიაში და აქტიურად ეხმარებოდნენ „ოცნების“ წარმომადგენლებს და ჩვენ ერთად **დავამარცხეთ** სააკაშვილის რეჟიმი“⁴⁵.

- პეტრე ცისკარიშვილი: „ამიტომაც, თვითონაც იციან, აქვთ გარკვეული **ჭერი მხარდაჭერისა**, რის იქეთაც ვერ წავლენ. და ეს **ჭერი საკმაოდ დაბალია** სამწუხაროდ იმათთვის, რომ საპარლამენტო არჩევნებში **გაიმარჯვონ**. აქედან გამომდინარე მათ დაწერეს, გამოაცხვეს ის დეკლარაცია, რომელსაც ჩვენ შეგვიძლია ვუწოდოთ წინასწარ **„გამოცხადებული დამარცხების ქრონიკა“**... და გეთანხმებით, რო ეს დამარცხება

⁴² არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁴³ არჩევანი. დავით ბაქრაძე არჩევანი. 15.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁴⁴ გ. მარგველაშვილი. პირდაპირი საუბარი. 14.10.2011. <https://www.youtube.com/watch?v=aDQU1UMkDN0> - მოპოვებულია 20.12.2015

⁴⁵ არჩევანი - ნინო ბურჯანაძე - 08.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=PNDMk2UVWZU> - მოპოვებულია 19.12.2015

აუცილებლად შედეგა და ამას გავიზიარებთ და აქვე, სამწუხაროდ, მოაყოლოს „არეულობის ქრონიკაც“, რომელ ნაწილსაც ნამდვილად ვერ გავიზიარებთ...“⁴⁶.

- გ. მარგველაშვილი საუბრობს არჩევნების გაჯანჯლებაზე: „...ეს ლეგიტიმურია იმიტომ, რომ დალლი ოპონენტს... ეს ერთი პოზიცია. მეორე პოზიცია მდგომარეობს იმაში, რომ კი არ დალალო, არამედ დაასწრო და ვერ მოასწროს ამ ადამიანმა გუნდის ფორმირება“⁴⁷.

- მ. სააკაშვილი: „ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ!“⁴⁸

არჩევნები გამოცდაა, ტესტია:

- კ. კალაძე: „...ამ არჩევნებში მონაწილეობა და სწორი არჩევანის გაკეთება იმ რეალური გზის დასაწყისია, რომელმაც ჩვენი სოფლები და ქალაქები განვითარების ახალ ეტაპზე უნდა გადაიყვანოს. თქვენი, აქტიური, ერთგული, მეზობელი თანამოაზრეების მხარდამხარ ჩვენ კიდევ ერთხელ ჩავაბარებთ დემოკრატიის და თავისუფლების გამოცდას...“ „ეს არჩევნები არ არის მხოლოდ პოლიტიკური თუ კონსტიტუციური აქტივობა, არც საერთაშორისო ორგანიზაციებისთვის ჩასაბარებელი გამოცდა. ეს არის საქართველოს თითოეული უმნიშვნელოვანესი ტესტი საკუთარი ოჯახის, ახლობლების, ქვეყნის წინაშე“⁴⁹.

⁴⁶ არჩევანი 2012. დებატები რუსთავი2-ზე. 30.08.2012 <https://www.youtube.com/watch?v=2etMRqBDThk>. მოპოვებულია 2.08. 2015.

⁴⁷ გ. მარგველაშვილი. პირდაპირი საუბარი. 14.10.2011. <https://www.youtube.com/watch?v=aDQU1UMkDN0> მოპოვებულია 20.12.2015

⁴⁸ მ. სააკაშვილი. https://www.youtube.com/watch?v=_R92A7LRVf4 მოპოვებულია 5.11.2015.

⁴⁹ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ივნისი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016.

არჩევნები სასამართლო პროცესია:

- გ. მარგველაშვილი: ჩვენი ხალხი განაჩენს გამოუტანს იმ სიბინძურეს და გარყვნილებას, რომელიც ჩვენი ჩაგვრისკენ იყო ორიენტირებული და ეს მოხდება თქვენი ხელით“⁵⁰.

არჩევნებთან ასოცირებული მეტაფორების გარდა, საკვლევ კორპუსში დავაფიქსირეთ სხვა ტიპის კონცეპტუალურ მეტაფორებიც. მაგ.:

კამათი ომია:

- გ. მარგველაშვილი: „ბუნებრივია, ყველა არჩევნები არის პოლიტიკური პროცესი. ეხლა, შესაძლებელია, მე რო ინდივიდუალურ კამათში ვყოფილიყავი (კანდიდატებთან) ... ინდივიდუალურ კამათში მოვუგებდი“. მარგველაშვილი ამბობს: „...კამათი რომ მქონოდა ინდივიდუალურად ამ ხალხთან, ვინც არიან პრეზიდენტობის კანდიდატები, ეს არ იქნებოდა რთული (ქესტიკულაციით და სახის გამომეტყველებით მარგველაშვილი გვაჩვენებს, რომ ეს მოგება არ იქნებოდა მისთვის რთული)...“⁵¹.

ქვეყანა არის შენობა: შენება, ნგრევა და სხვ.

- გ. ბაქრაძე: „ეს არჩევნები გვაძლევს შანსს, დავასრულოთ დაპირისპირებების ეპოქა ქართულ პოლიტიკაში, გავაკეთოთ მკაფიო არჩევანი ქვეყნის თავისუფლების სასარგებლოდ და განვაახლოთ ევროპული, დემოკრატიული საქართველოს შენება“⁵².

- დ. ბაქრაძე: „ასეთი ქვეყანის აშენებას კი სჭირდება, რომ მომავალი პრეზიდენტი იყოს მთელი ქვეყნის, თითოეული მოქალაქის პრეზიდენტი და

⁵⁰ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁵¹ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁵² დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015.

ზრუნავდეს ყველა ადამიანის უკეთ ცხოვრებაზე, დამოუკიდებლად მისი პოლიტიკური სიმპათიებისგან”⁵³.

- **ი. ღარიბაშვილი:** „ჯერ კიდევ 1 ოქტომბრის არჩევნებზე დავპირდით ხალხს, რომ ამ სიმახინჯეს ბოლოს მოვუღებდით. წინასაარჩევნო პროგრამაში მკაფიოდ ჩავწერეთ, რომ გავატარებდით თვითმმართველობის ფუნდამენტურ რეფორმას და ქვეყანას მმართველობის სრულიად ახალ რელსებზე გადავიყვანდით. ჩვენ ავირჩიეთ გზა, რომელიც ნიშნავს ხალხის აქტიურ მონაწილეობას ქვეყნის **მშენებლობაში**...“⁵⁴.

- **გ. მარგველაშვილი:** „ეს არ არის მარტო არჩევნები, ეს არის თანამედროვე ევროპული სახელმწიფოს **მშენებლობა**“⁵⁵.

- **დ. ბაქრაძე:** „ჩვენ მოვედით **დანგრეულ და დაქცეულ ქვეყანაში**“.

- **ი. ღარიბაშვილი:** „ჩვენ ავირჩიეთ გზა, რომელიც ნიშნავს ხალხის აქტიურ მონაწილეობას ქვეყნის **მშენებლობაში**“⁵⁶.

- **ი. ღარიბაშვილი:** „... მთელი ძალაუფლება ჩვენს ხელში, ხალხის ხელში იქნება და ამ ძალით და განახლებული ენერგიით ჩვენი ქვეყნის, ჩვენი სამშობლოს **შენებას** და გაძლიერებას შევუდგებით“⁵⁷.

⁵³ დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm.

<https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015.

⁵⁴ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ოქტომბერი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016

⁵⁵ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁵⁶ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ოქტომბერი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016.

⁵⁷ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ოქტომბერი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016.

ცხოვრება ბრძოლაა/თანაშია, რომელშიც იმარჯვებ ან მარცხდები:

- გ. თარგამაძე: „...და ვიცი, რომ ისეთ ქვეყანაში, როგორიც არის საქართველო, თანამედროვე ახალგაზრდა დემოკრატიის ვითარებაში, შენ გეყენება როგორც წარმატება, ასევე დამარცხება“⁵⁸

სამშობლო - ბატონია, მზრძანებელია:

- გ. მარგველაშვილი: „ეს პოლიტიკური გუნდი ემსახურება საქართველოს, ემსახურება სამშობლოს“⁵⁹.

სოფელი/ქვეყანა - წაქცეული, წელში გატეხილი ადამიანი:

- ბ. ივანიშვილი: „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილია, წელში გატეხილია... შემუშავებული გვაქვს პროგრამები იმისათვის, რომ ფეხზე დავაყენოთ“⁶⁰.

- ბ. ივანიშვილი: „...შევქმნით სპეციალურ ფონდს, რომელიც დაეხმარება ყველას, ვინც დასაქმებულია სოფლის მეურნეობაში. ამით სოფელში გლეხი დამაგრდება, ახალგაზრდობას კი სტიმული მიეცემა და ქვეყანაც წელში გაიმართება“⁶¹.

საკვლევ კორპუსში ასევე დავაფიქსირეთ მეტაფორა - ეკონომიკა მცენარეა:

- ნ. ბურჯანაძე: „ეკონომიკა არ იზრდება. არ იზრდება მათ შორის იმიტომაც, რომ სამართლიანობა არ აღდგა“⁶².

- ეკონომიკა ვერ გაიზრდება იმიტომ, რომ, სამწუხაროდ, ხელისუფლებაში და მთავრობაში კადრების აბსოლუტურ უმრავლესობა აბსოლუტურად არაკომპეტენტური და არაკვალიფიციურია და სანამ ქვეყანაში არ დამთავრდება ნაცნობობით, მეგობრობით და მომწონს და კარგი ბიჭიათი თანამდებობებზე ადამიანების დანიშვნა, მანამდე ამ

⁵⁸ არჩევანი. გიორგი თარგამაძე 01.10.2013. https://www.youtube.com/watch?v=nbQ_vTWB1_Y. მოპოვებულია 19.12.2015.

⁵⁹ არჩევანი. გიორგი თარგამაძე 01.10.2013. https://www.youtube.com/watch?v=nbQ_vTWB1_Y. მოპოვებულია 19.12.2015.

⁶⁰ 27.05.2012. წინასაარჩევნო კამპანია დაიწყო. ტელეკომპანია მაესტრო.

<https://www.youtube.com/watch?v=uxMOCpulOXQ> მოპოვებულია 14. 11. 2015

⁶¹ 27.05.2012. წინასაარჩევნო კამპანია დაიწყო. ტელეკომპანია მაესტრო.

<https://www.youtube.com/watch?v=uxMOCpulOXQ> მოპოვებულია 14. 11. 2015.

⁶² არჩევანი - ნინო ბურჯანაძე - 08.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=PNDMk2UVWZU> - მოპოვებულია 19.12.2015.

ქვეყანაში ეკონომიკა წინ ვერ წავა“⁶³. მოცემული შემთხვევა შეიძლება მივიჩნიოთ პერსონიფიკაციის მაგალითად. ლაკოფის (Lakoff 1980: 34) განმარტებით, პერსონიფიკაცია არის ყველაზე უფრო გამოკვეთილი ონტოლოგიური მეტაფორა, რომლის დროსაც ადამიანური თვისებები მიეწერება უსულო საგანს, ამ შემთხვევაში ეკონომიკას, რომელიც იზრდება, წინ მიდის და ა. შ.

ცხოვრება - მოგზაურობა: ნაბიჯი, სვლა, წინსვლა, უკან ყურება, გზა... კოგნიტური მეტაფორებიდან ყურადღებას იქცევს მოგზაურობის, გზის მოგზაურობის აღმნიშვნელი ლექსემები მეტაფორებად.

ლაკოფი და ჯონსონი (Lakoff, Jonson 1980) გამოყოფენ ისეთ მეტაფორებს, როგორიცაა - სიყვარული მოგზაურობაა, კამათი მოგზაურობაა. თავის მხრივ, მოგზაურობა გულისხმობს გასავლელ გზას, მიმართულებას, დანიშნულების ადგილს. „მოგზაურობის მეტაფორა ხაზს უსვამს როგორც მიმართულებას, ისე პროგრესს მიზნისკენ“ (Lakoff, Jonson 1980: 96). არჩევნების შემთხვევაში, გასავლელი გზა წინასაარჩევნო პერიოდია, რომელმაც უნდა მიგვიყვანოს დანიშნულების წერტილამდე - გამარჯვებამდე.

- **გ. მარგველაშვილი:** „... და მოგვეცით შესაძლებლობა ამ ქვეყანას მივცეთ ახალი ძალა ახალი შანსი და გავაგრძელოთ წინსვლა“⁶⁴. ლაკოფის (Lakoff 1980:96) თანახმად, მოგზაურობის მეტაფორა ხაზს უსვამს როგორც მიმართულებას ისე პროგრესს მიზნისკენ მიმავალ გზაზე“.

- **გ. მარგველაშვილი:** „რა ლოგიკით უნდა დავიწო მე უკან ყურება და მომინდეს ისევ დაბრუნება წამების, პოლიციური რეჟიმის და იმ პრობლემების, რაც ამ საზოგადოებას ქონდა მაშინ, როდესაც მარტო წინ წავედით იმის მერე“⁶⁵. უკან ყურება ასოცირდება ცუდთან, უარყოფით ქმედებასთან და პირიქით, წინ ყურება კარგის მომასწავებელია (Lakoff 1980: 15).

⁶³ არჩევანი - ნინო ბურჯანაძე - 08.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=PNDMk2UVWZU> - მოპოვებულია 19.12.2015.

⁶⁴ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁶⁵ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

- **გიორგი მარგველაშვილის** წინასარჩევნო კამპანიის მთავარი ლოზუნგი - „ერთად განვაგრძოთ წინსვლა“ მოგზაურობის მეტაფორა. იგულისხმება, რომ „ქარულმა ოცნებამ“ დაიწყო წინსვლა და ახლა, მარგველაშვილის არჩევით, მოხდება აღებული კურსის გაგრძელება. „დავასრულოთ კოჰაბიტაცია“, მარგველაშვილის განმარტებით, „წინსვლას ემსახურება“. „კოჰაბიტაციას თუ ვერ დავასრულებთ და მუდმივად გვექნება ხელშეშლა წინსვლაში, ბუნებრივია, ეს პროცესი სწრაფად ვერ განხორციელდება“⁶⁶.

- **დავით ბაქრაძე:** „წამოვიღოთ წარსულიდან ყველაფერი კარგი, წამოვიღოთ ის, რაც ქვეყანაში კეთდებოდა, შენდებოდა და ამ შეცდომების გაანალიზების შედეგად წარსულში დავტოვოთ ყველაფერი ის, რაც ამ გადასახედიდან მეც და საზოგადოებას მიაჩნია, როგორც შეცდომა და პრობლემა“⁶⁷. - წარსულიდან მომავალში სვლა - პოლიტიკა მოგზაურობაა ან ცხოვრება მოგზაურობაა.

- **დ. ბაქრაძე:** „ერთი რამე მჯერა ნამდვილად, რომ ყველა ნაბიჯი, რომელსაც ჩვენ გადავდგამთ საზოგადოების გამთლიანებისკენ არის კარგი ნაბიჯი ქვეყნისთვის, ყველა ნაბიჯი, რომელსაც ჩვენ გადავდგამთ საზოგადოების დაპირისპირების, გათიშვის და კონფლიქტისკენ, არის ცუდი ნაბიჯი ქვეყნისთვის“⁶⁸.

- **ი. ღარიბაშვილი:** „...სულ მალე ჩვენ კიდევ ერთი ნაბიჯი უნდა გადავდგათ ჩვენი ქვეყნის დემოკრატიული განვითარებისკენ“⁶⁹.

- **მ. სააკაშვილი:** „პირველ ოქტომბერს ჩვენ უნდა გავცეთ პასუხი მარტივ შეკითხვას: გვინდა თუ არა გავაგრძელოთ წინსვლა თუ გვინდა დავიწყოთ უკუსვლა?“⁷⁰

⁶⁶ არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁶⁷ არჩევანი. დავით ბაქრაძე არჩევანი. 15.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁶⁸ არჩევანი. დავით ბაქრაძე არჩევანი. 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁶⁹ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ოქტომბერი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016.

⁷⁰ მ. სააკაშვილი. https://www.youtube.com/watch?v=_R92A7LRVf4 მოპოვებულია 5.11.2015.

- ბ. ივანიშვილი: „...იცვლებოდა ხელისუფლება, მაგრამ ქვეყანა ერთი ჩიხიდან მეორეში შედიოდა, ასეა დღესაც. მოჯადოებულ წრეში ტრიალი უკვე კრიტიკულ ზღვრამდე მივიდა“⁷¹.

მზრუნველი მამის როლი იკვეთება დ. ბაქრაძის გამოსვლებში: „როდესაც შენ თანხმდები, რომ გახდე ქვეყნის პირველი პირი და კენჭი იყარო პრეზიდენტის თანამდებობაზე, ეს არ არის კაბინეტში ან ოფისში შესვლა. ამითი შენ იღებ მთელი ქვეყნის ტვირთს. შენ იღებ ტვირთს ყველა იმ ადამიანის პრობლემის და გაჭირვების, რომელსაც ამ ქვეყანაში უჭირს. ამითი შენ იღებ ტვირთს ყველა იმ გადმოწეული მავთულხლართის, რომელიც დღეს ქვეყანაში გადმოიწევა და რაც ხდება. (პრეზიდენტი არის გმირი - მეტაფორა). ამითი შენ იღებ ტვირთს შვილების, არა მარტო შენი შვილების, არამედ ამ ქვეყანაში მცხოვრები თითოეული ოჯახის შვილების (მზრუნველი მამა) წინაშე, რომ მათი წარსული (როგორც ჩანს, აქ „მომავალი“ უნდა ეთქვა და შეეშალა) იქნება წარმატებული და კარგი. და ნებისმიერი ადამიანისთვის ეს არის მძიმე ტვირთი. ამიტომ, მე მართლა ძალიან ბევრი ვიფიქრე, შევძლებდი თუ ვერ შევძლებდი ამ ტვირთის აღებას და უნდა ამელო თუ არა ჩემს თავზე ის პასუხისმგებლობა, რომ მე ვიყო პასუხისმგებელი იმაზე როგორი იქნება ჩემი ქვეყანა, როგორ იცხოვრებს ჩემი ხალხი და როგორი იქნება ჩვენი შვილების მომავალი. ამიტომ, ჩემთვის ეს, რა თქმა უნდა, არ იყო ადვილი გადაწყვეტილება, ძალიან ბევრი ვიფიქრე, მაგრამ მას შემდეგ, რაც გადავწყვიტე და ჩამოვყალიბდი, ეს არის ის გადაწყვეტილება, რომელიც ვფიქრობ, რომ არის მართებული და რომლის განხორციელებასაც ბოლომდე ვეცდები“. ძირითადად, ბაქრაძე პირველ მხოლოდობით პირში საუბრობს, რითაც ხაზს უსვამს იმას, რომ მან დამოუკიდებლად მიიღო გადაწყვეტილება, რომ ის ემიჯნება გარკვეულწილად თავის გუნდს და რომ შეუძლია მათ გარეშეც მართოს ქვეყანა. და კარგად ჩანს მზრუნველი მამის პოზიციაც. რუსთავი ორი ბაქრაძეზე გაკეთებულ სიუჟეტში აქცენტს აკეთებს მის ოჯახურ გარემოზე. იხატება მზრუნველი მამის პორტრეტი. აჩვენებენ, როგორ ატარებს დროს ბავშვებთან, როგორ გულშემატკივრობს მათ სპორტულ შეჯიბრებებში, როგორ ეთამაშება. ჟურნალისტი: „ბავშვებს არ უკვირთ, რომ მამა სახლში იშვიათად არის. მითუმეტეს მას შემდეგ, რაც საარჩევნო კამპანია დაიწყო, მაგრამ

⁷¹ 27.05.2012. წინასაარჩევნო კამპანია დაიწყო. ტელეკომპანია მაესტრო.

<https://www.youtube.com/watch?v=uxMOCpULOXQ> მოპოვებულია 14. 11. 2015

როგორც კი ცოტა თავისუფალი დრო ჩნდება, ოჯახურ გასართობს თითო აგური ემატება“ (აჩვენებენ როგორ აშენებენ ასაწყობ სათამაშოს)⁷².

მზრუნველი მამის მეტაფორას იყენებს ასევე ი. ღარიბაშვილი: „ჩვენ გავიმარჯვებთ და თქვენთან ერთად **ვუპატრონებთ ჩვენს ქვეყანას...**“⁷³

ლაკოფის (Lakoff 2002: 19) დასკვნით, კონსერვატორებმა იციან, რომ პოლიტიკა არ არის მხოლოდ დებატები. მათ ისწავლეს, რომ პოლიტიკა მჭიდრო კავშირშია ოჯახურ და მორალურ ღირებულებებთან, მითებთან, მეტაფორებთან და ემოციურ იდენტიფიკაციასთან. მაგალითად, ძლიერი სლოგანების მეშვეობით, რომლებსაც გამუდმებით აჟღერებდნენ, ამერიკელმა კონსერვატორებმა ამომრჩეველში გააქტიურეს ოჯახური მორალის სენტიმენტები. ლიბერალებმა არ მიაქციეს ყურადღება პოლიტიკის მორალურ, მითიურ და ემოციურ მხარეებს, აქტიურად ჩაებნენ პოლიტიკურ დებატებში. საბოლოო ჯამში, ოჯახის თემა ბევრად უფრო ახლოს მივიდა ამომრჩეველის გულამდე.

ლაკოფი (Lakoff 2002: 419) გვთავაზობს რჩევებს თუ რა შეიძლება ვისწავლოთ **კოგნიტური** ლინგვისტიკიდან და როგორ შეიძლება ამის გამოყენება წინასაარჩევნო მარკეტინგის წარმართვისას:

- სიტყვები განისაზღვრება კონცეპტუალურ ჩარჩოებთან მიმართებით. სიტყვები აღვიძებენ ჩარჩოებს და იმისთვის, რომ გავაღვიძოთ სწორი ჩარჩო, უნდა შევარჩიოთ სწორი სიტყვები.
- მეორე მხარის (ოპონენტის, მტრის) სიტყვების გამოყენება გულისხმობს მათი ჩარჩოების მიღებას.
- მაღალი დონის ჩარჩოები ზღუდავს კონკრეტული საკითხების განსაზღვრის ჩარჩოებს.
- ჩარჩოს უარყოფა თავისთავად გულისხმობს ამავე ჩარჩოს მიღებას („არ იფიქრო სპილოზე“ (Lakoff 2004).

⁷² P.S. დავით ბაქრაძე - პრეზიდენტობის კანდიდატი. 20.10.2013 https://www.youtube.com/watch?v=i_rP7uzPVEg. მოპოვებულია 9.10.2015.

⁷³ კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ივნისი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016.

- უარყოფა არ გულისხმობს ჩარჩოს შეცვლას. მანამ სანამ უარყოფთ ჩარჩოს, უნდა შევქმნათ ახალი ჩარჩო.

ფაქტები არ გვათავისუფლებს. საჭიროა ამ ფაქტების ჩარჩოში მოქცევა იმისთვის, რომ მათ გადმოსცენ ის მნიშვნელობა, რასაც რეალურად ატარებენ.

კვლევის დასასრულს, შევკრიბეთ წამყვანი პოლიტიკური ძალების - „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ წარმომადგენლების წინასაარჩევნო დისკურსიდან აღებული მაგალითები, რომლებიც შეიცავს არჩევნებთან დაკავშირებულ მეტაფორებს და შევადარეთ ეს ორი კორპუსი ერთმანეთს. პირველ რიგში, ერთმანეთს შევადარეთ ხსენებული ორი პარტიის მიერ ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვები:

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List
Word Types: 482		Word Tokens: 800		Search Hits: 0	
Rank	Freq	Word			
1	38	და			
2	16	ეს			
3	16	ჩვენ			
4	13	ამ			
5	13	რომ			
6	11	არ			
7	11	დღეს			
8	11	უნდა			
9	11	ჩვენი			
10	10	ერთად			
11	7	ბრძოლას			
12	6	ბოლომდე			
13	6	გავიმარჯვებთ			
14	6	რომელიც			
15	5	არის			
16	5	არჩევნები			
17	5	აუცილებლად			
18	5	ერთი			
19	5	ვიწყებთ			
20	5	იოიო			

ცხრილი 2. „ქართული ოცნების“ მიერ ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების სია.

„ქართული ოცნების“ ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების სიით თუ ვიმსჯელებთ, ლიდერობს პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელი - „ჩვენ“ და „ჩვენი“, ასევე სიტყვა „ერთად“. ეს ტენდენცია მიუთითებს იმაზე, რომ „ქართული ოცნების“ ლიდერები არა ინდივიდუალურად, არამედ გუნდურად აპირებდნენ „ბრძოლას“ და არჩევნების მოგებას.

რაც შეეხება „ნაციონალურ მოძრაობას“, მისი ლიდერების მიერ ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების სიაში ლიდერობს შემდეგი პირველი პირის ნაცვალსახელები: „ჩემთვის“, „ჩვენ“ და „მე“. გამოყენებული ნაცვალსახელების მიხედვით შეიძლება დავასკვნათ, რომ „ნაციონალური მოძრაობის“ კანდიდატები უფრო ინდივიდუალურ ქმედებებზე იყვნენ ორიენტირებულები:

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List
Word Types: 229		Word Tokens: 351		Search Hits: 0	
Rank	Freq	Word			
1	16	და			
2	15	რომ			
3	7	არ			
4	7	ეს			
5	6	ამ			
6	6	არის			
7	5	ნიშნავს			
8	5	ჩემთვის			
9	4	ქვეყანაში			
10	4	ჩვენ			
11	4	წარმატება			
12	3	ვიდრე			
13	3	მე			
14	3	როდესაც			
15	3	უფრო			
16	3	ქვეყნის			
17	3	წარმატებული			
18	2	არჩევნებში			
19	2	აუცილებლად			
20	2	ბიზნასი			

ცხრილი 3. „ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების სია.

ორივე პარტია აქტიურად იყენებს სიტყვას „ბრძოლა“:

Concordance Hits: 20	
Hit	KWIC
1	- ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსათ
2	დაგვემოს, რაც არ უნდა მოიმოქმედოს, ეს ბრძოლა აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვები
3	ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება! - დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევეცვალოთ საქართველო
4	ლაქის ცხოვრება „უკეთესობისკენ“ - დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულე
5	, აქ, სახელმოდ, მე გპირდებით, რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინო
6	ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! - ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგ
7	ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას! - ჩვენ აუცილებლად მოვიგებთ ამ ბრძოლას, გა
8	ამ ბრძოლას! - ჩვენ აუცილებლად მოვიგებთ ამ ბრძოლას, გპირდებით!!! - თუმცა წინ კიდევ ბევრი, დიდ
9	არა ვინმეს დამარცხება. - დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის, დღეს სოფელი და
10	წასვლა და არა გაქცევა, როგორც გარბოდი ბრძოლის ველიდან და პარლამენტიდან. მიშა, იცოდე, ქარ
11	და პარლამენტიდან. მიშა, იცოდე, ქართველი ხალხის ბრძოლა სამართლიანია და ქართველი ხალხი აუცილებლად გ
12	ვიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ. - ამბობენ, რო ბოლომდე ვიბრძოლებთ (საუბრობს ნაციონალურ მოძრაობაზე) და ვინ ე
13	ბრძოლებთ (საუბრობს ნაციონალურ მოძრაობაზე) და ვინ ებრძვის ბოლომდე? აი ... ძაან ბოლომდე მებრძვის, მე
14	ვინ ებრძვის ბოლომდე? აი ... ძაან ბოლომდე მებრძვის, მე ვებრძვი მას ბოლომდე? რა უნდა...
15	ბოლომდე? აი ... ძაან ბოლომდე მებრძვის, მე ვებრძვი მას ბოლომდე? რა უნდა... რა მაქ
16	ბოლომდე? რა უნდა... რა მაქ ეგეთი საბრძოლველი, ხო?... ეს ორი პარტია ერთმანეთს უპირის
17	უპირისპირდება, ოღონდ გამოაცხადეს რალაც კოსმიური ბრძოლა, რო აი, არმაგედონი იქნება და ან
18	რომელმაც 2 წლის წინ გაგვართიანა თავისუფლებისთვის ბრძოლაში. დღეს ჩვენი ქვეყანა თავისუფალია, მეგობრებ
19	პზე უნდა გადაიყვანოს, თქვენი, აქტიური, ერთგული, მებრძოლი თანამოაზრეების მხარდამხარ ჩვენ კიდევ ერთხელ
20	თველოს, ემსახურება სამშობლოს. - დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის, დღეს სოფელი და

ცხრილი 4. „ქართული ოცნების“ მიერ გამოყენებული სიტყვა „ბრძოლა“.

Concordance Hits: 9	
Hit	KWIC
1	- ძვირფასო მეგობრებო, ძვირფასო თანამე ბრძოლებო! - და დღეს, კამპანიის ბოლო დღეს, მინდა დიდი მადლობ
2	ადი მადლობა ვუთხრა თითოეულ მათგანს - მადლობა ბრძოლისთვის, დაუღალავობისთვის, შემართულობისა და გაუტეხე
3	შემუნებული ვარ, რომ ჩვენ ვიქნებით წარმატებული ამ ბრძოლაში, იმიტომ რომ ეს არ არის ბრძოლა ვინმეს წინააღმდეგ, ეს არ
4	არ წარმატებული ამ ბრძოლაში, იმიტომ რომ ეს არ არის ბრძოლა ვინმეს წინააღმდეგ, ეს არის ბრძოლა უკეთესი საქართველო
5	მ რომ ეს არ არის ბრძოლა ვინმეს წინააღმდეგ, ეს არის ბრძოლა უკეთესი საქართველოს და ჩვენი შვილების უკეთესი მომ
6	პოლიტიკოსი რალაცაში მონაწილეობ, რა თქმა უნდა, იბრძვი გამარჯვებისთვის, გულახდილად გეტყვით, რომ ჩემთვის, ამ ზ
7	ა, ისევ ვიმეორებ, როდესაც არჩევნებში მონაწილეობ, იბრძვი მაქსიმალური ციფრისთვის, პოლიტიკა ბრძოლაა, მაგრამ ამ ბ
8	ლეობ, იბრძვი მაქსიმალური ციფრისთვის, პოლიტიკა ბრძოლაა, მაგრამ ამ ბრძოლაში მე ერთი რამე მჯერა, რომ მიზანი არ
9	მალური ციფრისთვის, პოლიტიკა ბრძოლაა, მაგრამ ამ ბრძოლაში მე ერთი რამე მჯერა, რომ მიზანი არ ამართლებს საშუალო

ცხრილი 5. „ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ გამოყენებული სიტყვა „ბრძოლა“.

ასევე აღსანიშნია ის, რომ „ქართული ოცნების“ დისკურსში ხშირია სიტყვა „გამარჯვება“ მაშინ, როცა „ნაციონალური მოძრაობა“ იყენებს როგორც „გამარჯვებას“, ისე „წარმატებას“:-

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		17					
Hit	KWIC						
1	აკითხია ჩვენი ქვეყნისთვის: ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! თუმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ						
2	ისთვის: ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! თუმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ კმარა, გამარჯვებისთ						
3	უმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ კმარა, გამარჯვებისთვის არ კმარა თავდადებული შრომაც კი, გამარ						
4	მარჯვებისთვის არ კმარა თავდადებული შრომაც კი, გამარჯვებისთვის არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა, გამარ						
5	არჯვებისთვის არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა, გამარჯვებისთვის აუცილებელია კარგად გააზრებული, მკად						
6	ბრძოლა აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება! - დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას						
7	ების მოსაპოვებლად. ჩვენი მიზანია საქართველოს გამარჯვება და არა ვინმეს დამარცხება. - დღეს ჩვენ						
8	ერთმანეთის მხარდამხარ მივალთ საბოლოო და სრულ გამარჯვებამდე. - ჩვენ გავიმარჯვებთ ყველა ერთად. მეც,						
9	ვალთ საბოლოო და სრულ გამარჯვებამდე. - ჩვენ გავიმარჯვებთ ყველა ერთად, მეც, თქვენსავით, ერთი რიგითი						
10	ლა სამართლიანია და ქართველი ხალხი აუცილებლად გაიმარჯვებს, ჩემო მეგობრებო, დებო და ძმებო, ასე.						
11	ვნებით როგორც დღეს, ჩვენ ყველანი აუცილებლად გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ. - ამბობენ, რო						
12	დღეს, ჩვენ ყველანი აუცილებლად გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ. - ამბობენ, რო ბოლომდე ვიბრძო						
13	ლანი აუცილებლად გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ, გავიმარჯვებთ. - ამბობენ, რო ბოლომდე ვიბრძოლებთ (საუბრო						
14	აი, არმაგედონი იქნება და ან ეს გაიმარჯვებს ან ის გაიმარჯვებს და სასაცილოა...". - გასუ						
15	და ან ეს გაიმარჯვებს ან ის გაიმარჯვებს და სასაცილოა...". - გასული შვიდი თვის განმ						
16	ერთ გუნდად მოვედით, ამ არჩევნებშიც ერთად გავიმარჯვებთ, ერთად ვიზრუნებთ საქართველოზე, ერთად ვი						
17	ჩვენი ქვეყანა თავისუფალია, მეგობრებო, ჩვენ გავიმარჯვებთ 1 ოქტომბერს არჩევნებში და გადაჭრით ვთქვით						

ცხრილი 6. „ქართული ოცნების“ მიერ გამოყენებული სიტყვა „გამარჯვება“.

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		5					
Hit	KWIC						
1	ოლიტიკოსი რაღაცაში მონაწილეობ, რა თქმა უნდა, იბრძვი გამარჯვებისთვის. გულახდილად გეტყვით, რომ ჩემთვის, ამ შენ						
2	ის. გულახდილად გეტყვით, რომ ჩემთვის, ამ შემთხვევაში, გამარჯვება ნიშნავს ბევრად უფრო მეტს, ვიდრე მხოლოდ ციფრ						
3	რო მეტს, ვიდრე მხოლოდ ციფრს. ჩემთვის, ამ შემთხვევაში, გამარჯვება ნიშნავს იმას, რომ ჩავატარო ისეთი კამპანია, რომლი						
4	ა სამწუხაროდ იმათთვის, რომ საპარლამენტო არჩევნებში გაიმარჯვონ. აქედან გამომდინარე მათ დაწერეს, გამოაცხვეს ის დ						
5	საც ნამდვილად ვერ გავიზიარებთ... - ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! - ეს არჩევნები გვაძლევს შანსს, დავასრულოთ დაპ						

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		7					
Hit	KWIC						
1	ეხელობისათვის! - მე დარწმუნებული ვარ, რომ ჩვენ ვიქნებით წარმატებული ამ ბრძოლაში, იმიტომ რომ ეს არ არის ბრძოლა ვ						
2	შიძლება ამ ქვეყანაში აგრესიის და ქვის სროლის გარეშე იყო წარმატებული. ჩემთვის წარმატება ნიშნავს იმას, რომ ჩავატარო						
3	აგრესიის და ქვის სროლის გარეშე იყო წარმატებული. ჩემთვის წარმატება ნიშნავს იმას, რომ ჩავატარო ისეთი კამპანია, რომლი						
4	ს და საქმის გაკეთების ლოზუნგით შვიძლება ამ ქვეყანაში იყო წარმატებული. ჩემთვის წარმატება ნიშნავს ისეთ კამპანიას. - ჩენ						
5	ოზუნგით შვიძლება ამ ქვეყანაში იყო წარმატებული. ჩემთვის წარმატება ნიშნავს ისეთ კამპანიას. - ჩემთვის წარმატება ნიშნავს						
6	ტებული. ჩემთვის წარმატება ნიშნავს ისეთ კამპანიას. - ჩემთვის წარმატება ნიშნავს ბევრად უფრო მეტს, ვიდრე ერთი კონკრეტ						
7	ე ახალგაზრდა დემოკრატიის ვითარებაში, შენ გეტყობა როგორც წარმატება, ასევე დამარცხება. - ეკონომიკა არ იზრდება, არ იზრ						

ცხრილი 7. „ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ გამოყენებული სიტყვები „გამარჯვება“ და „წარმატება“.

3.2. პოზიტიურ და ნეგატიურ ლექსიკურ მარკერთა მიზნობრივი გამოყენების საკითხი (პიროვნული ან პარტიული თვითრეკლამა და „სხვათა“ დაკნინება)

წინასაარჩევნო დისკურსის ლინგვისტური ასპექტების კვლევის მიზანია წარმოაჩინოს თუ როგორი და რა სტრატეგიებით ახორციელებენ პოლიტიკოსები მოწინააღმდეგე მხარის ნეგატიურ წარმოჩინებას და პირიქით, საკუთარი თავის თუ პარტიის პოზიტიურ პრეზენტაციას. პირველ რიგში მიმოვიხილავთ კლა-ის როლს კვლევის პროცესის წარმართვაში, ასევე განვიხილავთ რ. ვოდაკისეულ (Wodak 2001) მიდგომას (DHA – Discourse-Historical Approach) ძალაუფლების გამოყენების, იდეოლოგიის პროპაგანდისა და სუსტი ჯგუფების მანიპულაციის საკითხებს.

სხვის დისკრედიტაციას რ. ვოდაკი (Wodak 2003: 133) უწოდებს „გამეფების“ რიტორიკას, რაც გულისხმობს ჯგუფის წევრებისა და გარეშე პირების დიქტომიას. ავტორი აღნიშნავს, რომ, როგორც წესი, ნეგატიური დახასიათება მიმართულია ოპონენტების უარყოფითი მხარეების წარმოჩენაზე. საბოლოო მიზანი კი არის აუდიტორიის დარწმუნება. ამავე ტიპის დიქტომიაზე საუბრობს ვან დეიკი (van Dijk 1995: 2), რომელიც გამოყოფს „ჩვენ“ და „მათ“ ჯგუფებს და ისიც ყურადღებას ამახვილებს საკუთარი თავის პოზიტიურად, სხვების კი ნეგატიურად წარმოჩენის მახასიათებლებზე. ამ ტიპის რიტორიკით ხდება კონკრეტული იდეოლოგიის პროპაგანდა სამიზნე ჯგუფის სოლიდარობის მოსაპოვებლად. „ძალაუფლების ლეგიტიმაცია და დელეგიტიმაცია დისკურსში ხორციელდება. ტექსტები წარმოადგენს საზოგადოებაში არსებული დაპირისპირებების ასპარეზს იქედან გამომდინარე, რომ მათში აისახება გავლენისა და ჰეგემონიისთვის მიმდინარე იდეოლოგიური ბრძოლები“ (Reisigl, Wodak 2009: 89). ავტორები ასევე აღნიშნავენ, რომ ძალაუფლებით მანიპულირება ხორციელდება სხვადასხვა ლინგვისტური ფორმების გამოყენებით, რაც გულისხმობს როგორც გრამატიკული, ისე ლექსიკური თუ ჟანრობრივი საშუალებების გათვალისწინებას ტექსტის შექმნისას.

როგორც ბანტიმაროუდისი და კამპანელუ (Bantimaroudis, Kampanellou 2009) აღნიშნავენ, „სხვების“ ნეგატიური რეპრეზენტაციით, რითაც ხდება იდეოლოგიის

პროპაგანდა, ძირითადად პრესაა დაკავებული. სწორედ პრესას აქვს დიდი ზეგავლენა კოლექტიური მენტალიტეტის ჩამოყალიბებაზე.

წინასაარჩევნო დისკურსის გაანალიზება მოვახდინეთ კვოლიტატიურად (თვისობრივ–ხარისხობრივად) ლინგვისტური საკითხებისა და სტრატეგიების განხილვით, რომლებიც მონაწილეობენ სხვების ნეგატიური რეპრეზენტაციის და საკუთარი თავის პოზიტიურად წარმოჩენის პროცესში. ანალიზისას გამოიკვეთა თუ როგორ ხდება ენის საშუალებით მკითხველსა თუ მსმენელზე გავლენის მოხდენა. გავაანალიზეთ მასალის შინაარსი, გამოყენებული დისკურსული სტრატეგიები და ამ სტრატეგიებისა და შინაარსის ლინგვისტური რეალიზაცია.

წინასაარჩევნო დისკურსის ანალიზისას გამოვიყენეთ რ. ვოდაკის (Wodak 2001: 63–95) მიერ გამოყოფილი ის სტრატეგიები, რომელთა საშუალებითაც ხდება მკითხველის ან მსმენელის ნეგატიური, ან პირიქით, პოზიტიური განწყობის მოპოვება. რ. ვოდაკი ასახელებს სხვადასხვა სტრატეგიასა და მეთოდს:

- **ეთნონიმები**, რომელთა საშუალებითაც ხაზგასმულია პიროვნების ეთნიკური წარმოშობა. მაგ: აღმოსავლეთ ევროპელი, ამერიკელი და ა. შ.
- **ქსენონიმები** წარმოადგენს ლინგვისტურ არჩევანს, რომლითაც ხდება სოციალური აქტორისთვის ადგილის მიჩენა ჯგუფის გარეთ. მაგ.: უცხოელი, გარეშე პირი, უცხოპლანეტელი და სხვ.
- **პროგნოზი** წარმოადგენს ლინგვისტურ არჩევანს, რომლის საშუალებითაც ხდება ამა თუ იმ პირზე თუ ადამიანთა ჯგუფზე სტერეოტიპული, ნეგატიური და არასწორი წინასწარი წარმოდგენის შექმნა. ეს წარმოდგენები იქმნება პიროვნების სოციალური აქტივობების აღწერით თუ მისთვის მაგ. დამნაშავის იარლიყის მიწებებით.
- „სხვების“ ნეგატიური წარმოჩენა ხდება ასევე ე. წ. **მოტივით** (topoi). მოტივი არის არგუმენტაციის ნაწილი, რომელიც წარმოადგენს სავალდებულო, ღიად, ანუ ექსპლიციტურად, ან შეფარვით, ანუ იმპლიციტურად, გამოხატულ აზრს. არსებობს მაგალითად, **რიცხვის მოტივი**, რაც მდგომარეობს იმაში, რომ რიცხვების დასახელებით ხაზი გაესმის ამა თუ იმ პირის ნეგატიურ თუ პოზიტიურ მახასიათებლებს. ასევე, არსებობს ჩანაცვლების, განსხვავების მოტივები, რომლითაც ხდება განსხვავების გამოკვეთა „ჩვენსა“ და „მათ“ შორის. ამ ხერხით ხორციელდება ე. წ. „არაწევრების“

დისკრიმინაცია. აგრეთვე, საფრთხის, მუქარის გამომხატველი მოტივი, სხვისი დაკნინების და სხვა ტიპის მოტივები.

- **მცდარი დასკვნა** - ამ ხერხით ხდება სოციალური აქტორის ნეგატიური სახის შექმნა დასაბუთების არარსებობის ან ნაკლებობის პირობებში. შესაბამისად, ის არ ექცევა ლოგიკისა და რაციონალური არგუმენტაციის ჩარჩოებში.

- **ამბის თხრობა** არის სტრატეგია, რომელიც ითვალისწინებს დაუდასტურებელი ამბების თხრობას ჯგუფის წევრების პოზიტიური და „სხვისი“ ნეგატიური შეფასების გასამყარებლად.

- **ინტენსიფიკაცია და შერბილება** - ამ სტრატეგიით ხდება „საკუთარის“ ნეგატიური მხარის შემსუბუქება/შერბილება, ხოლო „სხვების“ ნეგატიური თვისებების გაძლიერება და პირიქით.

- **პერსონიფიკაცია** - მოსაუბრის ჩართვა დისკურსში (Wodak 2003:140) - როცა მოსაუბრეს ან მწერალს საშუალება ეძლევა დაეთანხმოს, უარყოს, თანაგრძნობა გამოხატოს ამა თუ იმ მოვლენასთან დაკავშირებით.

2012 წლის არჩევნებში, ახლადშექმნილი „ქართული ოცნების“ გამარჯვების მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი იყო ბიძინა ივანიშვილის ავტორიტეტი. ცნობილი ბიზნესმენი და ქველმოქმედი, რომელიც არჩევნებამდე საერთოდ არ ჩანდა, პირველად იწყებს საზოგადოების წინაშე გამოსვლას და საკუთარ თავზე საუბარს. 2012 წლის 28 მაისს, თავისუფლების მოედანზე გამართულ აქციაზე წარმოთქმულ სიტყვაში, ბიძინა ივანიშვილი საუბრობს წინა ხელისუფლებების სისუსტეებზე და პრეზიდენტს **„უგუნურ მმართველად“** მოიხსენიებს: *„იცვლებოდა ხელისუფლება, მაგრამ ქვეყანა ერთი ჩიხიდან მეორე ჩიხში შედიოდა. ასეა დღესაც, ამ მოჯადოებულ წრეში ტრიალი უკვე კრიტიკულ ზღვრამდე მივიდა. სამწუხაროდ, დღეს ჩვენ გვყავს უგუნური მმართველი, რომელიც დღითი დღე კარგავს საღ აზრს! ამას ყოველი ჩვენგანი კარგად ხედავს. ხედავენ ისინიც, ვინც ჯერ კიდევ იძულებულნი არიან შეასრულონ მისი უკანონო, ხშირ შემთხვევაში, ანტისახელმწიფოებრივი გადაწყვეტილებები!“* ივანიშვილი ასევე საუბრობს ხელისუფლებისგან გაწბილებულ ხალხზე: *„არ შეიძლება ქართველებს ჰკადრო, რომ*

საკაშვილის ემინიათ. რეალურად ეს შიში კი არ არის, ეს უნდობლობაა, რომელიც გაუჩნდა ჩვენს ხალხს, რადგან ბევრჯერ დარჩა პოლიტიკოსებისგან გაწვილებული”⁷⁴.

„ნაციონალური მოძრაობის“ ნეგატიური სახის ჩვენების პარალელურად, ივანიშვილი აქცენტებს აკეთებს საკუთარ პოზიტიურ მხარეებზე. ის საუბრობს პირად მიღწევებსა და ოცნებებზე: *„ჩემი ოცნება ყოველთვის იყო ძლიერი, განვითარებული, ბედნიერი საქართველო. ჩემი ოცნება იყო ქართული სახელმწიფო, როგორც თავისუფალი ადამიანების საზოგადოება, სახელმწიფო, სადაც მისი ყოველი მოქალაქე თანასწორია კანონის წინაშე, სადაც პატივს სცემენ ადამიანის ღირსებას და ყველას აქვს საშუალება, საკუთარი ნიჭითა და შრომით მიაღწიოს წარმატებას. ასეთი იყო ჩემი ოცნება და ასეთად რჩება დღესაც. მთელი ჩემი ცხოვრება, შეძლებისდაგვარად, ვცდილობდი, ვყოფილიყავი არა რომელიმე ხელისუფლების, არამედ ქვეყნის სამსახურში; ჩემი რესურსების გამოყენებით ხელი შემეწყო სახელმწიფო ინსტიტუტების ჩამოყალიბებისთვის, ვცდილობდი დავხმარებოდი ადამიანებს გარდამავალი პერიოდის სირთულეების გადატანაში, მაგრამ ისე გამოვიდა, რომ ამ გარდამავალი პერიოდის დასრულებას არა და არ დაადგა საშველი“*⁷⁵.

ივანიშვილის მიერ მთავრობის ნეგატიურად წარმოჩენის კიდევ ერთი მაგალითია შემდეგი წინადადება: *„შემუშავებული გვაქვს პროგრამები იმისათვის, რომ ფეხზე დავაყენოთ თითოეული გლეხი, თითოეული ოჯახი, ავალორძინოთ სოფელი, რომელიც საბოლოოდ ჩვენი ქვეყნის აღორძინებას ნიშნავს“*⁷⁶. ივანიშვილი მიაჩნძნებს, რომ წინა ხელისუფლებამ დაანგრია, გააცარიელა სოფელი. მაგრამ არსებობს გამოსავალი. არჩევნებში გამარჯვების შემთხვევაში, ახალი ხელისუფლება ააღორძინებს მას.

კორპუსის ანალიზის ერთ-ერთი კომპიუტერული პროგრამის - AntConc-ის გამოყენებით, დავთვალეთ ტექსტში სიტყვა „ოცნების“ გამოყენებული რაოდენობა. ბ. ივანიშვილი 16-ჯერ იყენებს ამ სიტყვას. აქედან ოთხ შემთხვევაში იგი საუბრობს ის

⁷⁴ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი. ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36<http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html>მოპოვებულია 12.03.2016

⁷⁵ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი. ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36<http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html>მოპოვებულია 12.03.2016

⁷⁶27.05.2012. მაესტრო. <https://www.youtube.com/watch?v=uxMOCPUlOXQ>

პირად ოცნებაზე, დანარჩენ შემთხვევაში კი, იყენებს სიტყვათა კომბინაციებს „ჩვენი ოცნება“ და „ქართული ოცნება“:

Hit	KWIC
1	ი პატივი მივგავით მათ ხსოვნას... ჩემი ოცნება ყოველთვის იყო ძლიერი, განვითარებული, ბედნიერი საქართველო. ჩემი
2	ებული, ბედნიერი საქართველო. ჩემი ოცნება იყო ქართული სახელმწიფო, როგორც თავისუფალი ადამიანების საზოგადოე
3	აღწიოს წარმატებას. ასეთი იყო ჩემი ოცნება და ასეთად რჩება დღესაც. მთელი ჩემი ცხოვრება, შეძლებისდაგვარად.
4	პოლიტიკური კოალიცია „ქართული ოცნება“, ჩვენ შევძელით და მთელ საქართველოში შევქმენით რეგიონალური სტრუ
5	თა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩემი ოცნებაა, დადგეს ის დღე, როდესაც ჩემი ოთხი
6	ითად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩემი ოცნებაა, დადგეს ის დღე, როდესაც ჩემი ოთხი შვილი იცხოვრებს
7	, თუ რას წარმოადგენენ ისინი! ჩვენი ოცნებაა, თითოეული ადამიანი იყოს სამშობლოს სამსახურში, იყოს ბედნიერი და
8	ბედნიერი და წელგამართული. ჩვენი ოცნებაა, საქართველოში დაცული იყოს ადამიანის ყველა უფლება, აზრისა და
9	ლი, ბიზნესი - ხელშეუხებელი. ჩვენი ოცნებაა, ჩვენს საამაყო ჯარისკაცებსა და პოლიციელებს მიეცეთ შესაძლებლობა
10	, არა რომელიმე ხელისუფალს. ჩვენი ოცნებაა, ისეთი ქვეყანა, სადაც არავის აღარ დასჭირდება ლუკმაპურის საშოვნ
11	ვლებიც უკან დაბრუნდებიან. ჩვენი ოცნებაა, ისეთი საქართველო, სადაც ჩვენი დევნილები თავიანთ სახლებში შეძლ
12	ხლებში შეძლებენ ცხოვრებას. ჩვენი ოცნებაა საერთოა - ქართველების, ოსების, აფხაზების, ებრაელების, აზერბაი
13	მისაღები იქნება ყველასთვის! ჩვენი ოცნება ისეთი ქვეყნის შექმნაა, რომლითაც იამაყებენ ჩვენი თანამედროვენი დ
14	როგორი და მომავალი თაობები! ჩვენი ოცნებაა საქართველო იყოს თავისუფალი, დემოკრატიული, ევროპული თანამეგობრ
15	ის და ერთად ავისრულებთ ქართულ ოცნებას. ჩემი საყვარელი ხალხო! ჩვენი დღევანდელი შეხვედრის დასასრულს, კ
16	მაზე არჩევნებში გამარჯვებით ჩვენი ოცნებების ასრულება იწყება!!!

ცხრილი 8. სიტყვა „ოცნება“ ბ. ივანიშვილის გამოსვლაში.

ბ. ივანიშვილის გამოსვლაში პოზიტიური თვითრეპრეზენტაციის კიდევ ერთი თვალსაჩინო მაგალითია ეპიზოდი, სადაც ის საუბრობს საკუთარ გამოცდილებაზე, სირთულეებსა და წარმატებებზე:

„მე ძალიან კარგად ვიცი, როგორ უნდა გავაკეთო ეს, რადგან ბავშვობიდან ვშრომობ, კარგად ვიცი, რას ნიშნავს მრავალშვილიანი ოჯახის გაჭირვება. გლეხის შრომის ფასიც ვიცი, სწავლასთან ერთად მუშაობის სიმძიმეც გამომიცდია. მძიმე შრომის ფასად ბიზნესში დიდ წარმატებასაც მივაღწიე და კეთილსინდისიერებაც შევინარჩუნე, თუმცა, ეს არ იყო ადვილი საქმე. ისიც კარგად ვიცი, რომ ერთი ადამიანი ვერ იქნები ბედნიერი, რაც არ უნდა წარმატებული იყო, თუ შენს სამშობლოს მრავალი გასაჭირი ადგას“⁷⁷.

აქ ნიშანდობლივია „კარგად ვიცი/თ“ ფრაზის მრავალჯერ გამოყენება:

Concordance Hits	5
Hit	KWIC
1	სახელმწიფოებრივი გადაწყვეტილებები! ჩვენ კარგად ვიცი, ვისთან და რასთან გვაქვს საქმე. მე ნათლად დავინახე, რომ ხელ
2	ქალაქის ცხოვრება უკეთესობისკენ. მე ძალიან კარგად ვიცი, როგორ უნდა გავაკეთო ეს, რადგან ბავშვობიდან ვშრომობ, კარგად
3	და გავაკეთო ეს, რადგან ბავშვობიდან ვშრომობ, კარგად ვიცი, რას ნიშნავს მრავალშვილიანი ოჯახის გაჭირვება. გლეხის შრომი
4	ლშვილიანი ოჯახის გაჭირვება. გლეხის შრომის ფასიც ვიცი, სწავლასთან ერთად მუშაობის სიმძიმეც გამომიცდია. მძიმე შრომ
5	ნარჩუნე, თუმცა, ეს არ იყო ადვილი საქმე. ისიც კარგად ვიცი, რომ ერთი ადამიანი ვერ იქნები ბედნიერი, რაც არ უნდა წარმატე
6	ბა პპირდება ხალხს და მისი დაპირების ფასიც კარგად ვიცი. დღეს ჩვენ ვიწყებთ, რათა ისე შევცვალოთ ქვეყნის მართვა, რომ

ცხრილი 9. „კარგად ვიცი/თ“ ფრაზა ბ. ივანიშვილის გამოსვლაში.

⁷⁷ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი. ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36<http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html>მოპოვებულია 12.03.2016

ბ. ივანიშვილი ასევე იყენებს შეპირისპირების ხერხს, ერთმანეთს უპირისპირებს ხელისუფლებისა და „ქართული ოცნების“ პრიორიტეტებს:

„თუკი ამ ხელისუფლების პრიორიტეტი არის საკუთარი ძალაუფლების განმტკიცება და შენარჩუნება, ჩვენი პრიორიტეტი იქნება თითოეული მოქალაქის თავისუფლება და კეთილდღეობა“⁷⁸.

„ნაციონალური მოძრაობის“ ნეგატიური მხარეების წარმოჩენას ეძღვნება 2011 წლის 11 დეკემბერს „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე ბიძინა ივანიშვილის მიერ წარმოთქმული სიტყვის ძირითადი ნაწილიც. ბ. ივანიშვილი ხალხს ჰპირდება იმას, რაც წინა მთავრობამ ვერ შეუსრულა: *„ჩვენი მიზანია სახელმწიფოს აღმშენებლობა იმ დემოკრატიულ სტანდარტებსა და პრინციპებზე დაყრდნობით, რომელსაც ვერ უზრუნველყოფს არსებული ხელისუფლება“⁷⁹.*

ბ. ივანიშვილი ყურადღებას ამახვილებს „ნაციონალური მოძრაობის“ შეუსრულებელ დაპირებებზე. მაგ.: „...ვერ უზრუნველყოფს არსებული ხელისუფლება“, „ვერ გაამართლა საზოგადოების უდიდესი ნაწილის მოლოდინი“. ივანიშვილი საუბრობს „აბუჩად აგებული კონსტიტუციაზე“, ხარჯების გაუმჭვირვალობაზე, უკანონო დაპატიმრებებზე, მასმედიის მიკერძოებულობაზე, საზოგადოების დეზინფორმაციაზე, „ქვეყანაში დამკვიდრებულ ე. წ. ნომენკლატურულ კაპიტალიზმზე“, მართლმადიდებლური ეკლესიის დისკრედიტაციაზე და ა. შ.

მოხსენების მეორე ნაწილში ივანიშვილი საუბრობს „ქართული ოცნების“ გეგმებსა და შესაძლებლობებზე. იგი ორჯერ იმეორებს ფრაზას **„დადგა დრო“**, რითაც ხაზს უსვამს სიახლეების საჭიროებას ქვეყანაში და ახალი ძალის მოსვლისთვის არსებულ ყველა წინაპირობას: **„დადგა დრო, თვალი გავუსწოროთ სიმაართელს“, „დადგა დრო,**

⁷⁸ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი. ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36<http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html>მოპოვებულია 12.03.2016

⁷⁹ივანიშვილის სიტყვა „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე. 11 დეკ. 2011. <http://civil.ge/geo/article.php?id=24910>მოპოვებულია 13.09.2015

დავუბრუნოთ საქართველოს წარსული და ავაშენოთ ღირსეული მომავალი, ვიყოთ პირნათელი წინაპრებისა და მომავალი თაობის წინაშე“⁸⁰.

ხშირად გამოყენებული სიტყვების სიით ირკვევა, რომ ბ. ივანიშვილის 2011 წლის 11 დეკემბრის გამოსვლაში აქტუალურია პირველი პირის ნაცვალსახელები - „ჩვენი“ და „ჩვენ“, ამით ხაზზე ესმება მისი გუნდის ერთიანობას და ხალხის მიკუთვნებას „ნაციონალური მოძრაობის“ წინააღმდეგ მებრძოლთა სიაში:

Word Types: 963		Word Tokens: 1417
Rank	Freq	Word
1	74	და
2	17	ჩვენი
3	15	რომ
4	12	უნდა
5	11	არ
6	11	საზოგადოების
7	10	ამ
8	9	საქართველოს
9	8	სახელმწიფოს
10	8	ქართული
11	8	ჩვენ
12	7	არა
13	7	პოლიტიკური
14	7	ქვეყნის
15	7	ხელისუფლების
16	6	მათ

ცხრილი 10. ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვები ბ. ივანიშვილის გამოსვლაში.

ნაცვალსახელები „ჩვენ“ და „ჩვენი“ ძირითადად დადებით კონტექსტშია წარმოდგენილი:

⁸⁰ივანიშვილის სიტყვა „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე. 11 დეკ. 2011.

<http://civil.ge/geo/article.php?id=24910> მოპოვებულია 13.09.2015

Concordance Hits 17	
Hit	KWIC
1	დიპლომატიური მისიების წარმომადგენლებთან ჩვენი მიზანია სახელმწიფოს აღმშენებლობა იმ დემოკრატიულ სტანდარტებ
2	იღლება. დემოგრაფიული მაჩვენებლების ვარდნა ჩვენი შვილების თაობას ნაციონალურ კატასტროფას უქადის. ასიათასობით
3	აქტიონალურ კატასტროფას უქადის. ასიათასობით ჩვენი მოქალაქე, ქართველი თუ არაქართველი, გადახვეწილია ქვეყნიდან და
4	რომელთა მშვიდობიანი თანაცხოვრებით ამაყობს ჩვენი ქვეყანა. როგორც წესი, ხელისუფლებას მხოლოდ წინასაარჩევნო კამპა
5	ნიათადად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
6	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
7	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
8	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
9	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
10	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
11	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
12	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
13	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
14	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
15	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
16	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო
17	ებად წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადო

Concordance Hits 8	
Hit	KWIC
1	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
2	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
3	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
4	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
5	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
6	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
7	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა
8	აღებთან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობა

ცხრილი 11. ნაცვალსახელები „ჩვენი“ და „ჩვენ“ ბ. ივანიშვილის სიტყვაში.

კოლოკაციები „ჩვენი თანამემამულე“, „ჩვენი სამშობლო“, „ჩვენი საზოგადოება“, „ჩვენი აფხაზეთი“, „ჩვენ ყველა“, „ჩვენ ერთად“ ამომრჩეველს დადებითად განაწყობს და თავს აგრძნობინებს ამ ერთიანობის წევრად, რაც, საბოლოოდ, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს პარტიის წარმატებული წინასაარჩევნო მარკეტინგის განხორციელებაში.

„ჩვენ“ და „თქვენ“ დიქტომია ნათლად აქვს გამოყენებული გიორგი მარგველაშვილს, რომელიც ღიად საუბრობს პოლიტიკური ფიგურების მცდელობაზე ნეგატიურად წარმოაჩინოს ოპონენტი და პირიქით, ქება შეასხას საკუთარ ქმედებებს: „მერამდენედ უნდა დავიყოთ - არჩევანი, არადანი და მერამდენედ უნდა ვთქვათ, რომ

თქვენ ცუდები ხართ, ჩვენ კარგები ვართ, მოვედით ქვეყნის გადასარჩენად. აქამდე რა გიკეთებიათ და ა. შ“⁸¹.

„ჩვენ“ - „ისინი“ დიქტომია გვხვდება ასევე გუბაზ სანიკიძის გამოსვლაში, სადაც სანიკიძე აკრიტიკებს ოპონენტების წინასაარჩევნო მარკეტინგის წარმოების გზებს: *„მე, შემოდგომა გითხრათ, რომ მთელი ჩემი ამ პოლიტიკური საქმიანობის განმავლობაში ყოველთვის ვიყავი უფულო მდგომარეობაში. ასე რო, ჩემთვის ეს ახალი არ არის. ყოველთვის უფულოდ მიწევდა მეც და ჩემს მეგობრებსაც და ქართულ ოცნებაშიც ბევრია ასეთი ადამიანი განსაკუთრებით ძველი პოლიტიკოსები, დავარქვათ ასე, რომლებსაც ყოველთვის გვიჭირდა (ალბათ „გვიწევდა“ უნდა ეთქვა) უფულოდ მუშაობა. არ არის პრობლემა. ისინი, მანქანით იმუშავენ, ნაცები? ჩვენ ფეხით ვიმუშავენ და ფეხით ვმუშაობთ, სხვათა შორის. ჩვენი წევრები, ჩვენი აქტივისტები, ფეხით დადიან. შეადარეთ ჩვენი შტაბები და შეადარეთ მათი, ხო? აბსოლუტურად მთელი ქვეყნის მასშტაბით ხდება ცალმხრივი საქმიანობა ხელისუფლების მხრიდან. მასშტაბური აქციები იმართება ხალხის მოსყიდვისა. პირდაპირ, პირდაპირ არიგებენ ფულს მოსახლეობაში... ქუთაისიდან გაყავთ, ქუთაისიდან ავტობუსებით გაყავთ ანაკლიაში დასასვენებლად ხალხი და ასე შემდეგ. ეს ახალგაზრდების დასაქმების საკითხი, ხომ? ეს ყველაფერი არის ცალმხრივი მოსყიდვა. ჩვენგან მოსყიდული ადამიანი ჯერ ვერ ნახეს იმიტომ, რომ არ ვმუშაობთ ჩვენ მოსყიდვაზე, ჩვენ ვმუშაობთ მარტო დარწმუნებაზე. და, სხვათა შორის, ძალიან ბევრს ცდილობს სახელისუფლო მედია რაღაცეები დაგვაბრალოს, მაგრამ მაინც და მაინც ბევრს ვერაფერს ვერ გამორჩებიან იმიტომ, რომ „ქართული ოცნება“ მუშაობენ ენთუზიაზმზე და მოსახლეობის იმედზე“⁸².*

სხვისი ნეგატიურად და საკუთარი თავის თუ პარტიის პოზიტიურად წარმოჩენის თვალსაჩინო მაგალითია ასევე „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ საარჩევნო კამპანია საპრეზიდენტო არჩევნების წინ.

⁸¹გ. მარგველაშვილი. პირდაპირი საუბარი. 14.10.2011. <https://www.youtube.com/watch?v=aDQU1UMkDN0> მოპოვებულია 20.12.2015

⁸²პოლიტმეტრი. 17.08.2012. <https://www.youtube.com/watch?v=u2LSUSt30VM> მოპოვებულია 29.12.2015.

2013 წლის არჩევნები განსხვავდებოდა ბევრი სხვა არჩევნებისგან. ერთ-ერთი მთავარი განმასხვავებელი ფაქტორი იყო ის, რომ საპრეზიდენტო არჩევნები ჩატარდა კოჰაბიტაციის რეჟიმში. 2012 წელს არჩეული „ქართული ოცნება“ კანდიდატად ასახელებს გ. მარგველაშვილს, ხოლო „ნაციონალური მოძრაობა“ - დავით ბაქრაძეს.

„ნაციონალური მოძრაობის“ კანდიდატის მთავარი წინასაარჩევნო ლოზუნგი იყო: „**ოცნება არ მუშაობს, ესენი უნდა წავიდნენ**“⁸³. ამ ლოზუნგით გადაიღეს პოლიტიკური რგოლები, რომლებშიც აჩვენებდნენ „ქართული ოცნების“ ერთი წლით ადრე ხალხისთვის მიცემულ დაპირებებს და ამის პარალელურად მოყავდათ ფაქტები, ასახელებდნენ ციფრებს, აჩვენებდნენ მონაცემებს, თუ როგორ გაუარესდა სიტუაცია ბოლო წლის განმავლობაში. მოვიყვანთ ვიდეორგოლების რამდენიმე მაგალითს:

„დაპირება N 16: 5 მილიონი ყველა სოფელს.

მარგველაშვილი: „ტრი“ (აჩვენებენ გ. მარგველაშვილის კადრს).

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!“⁸⁴

„დაპირება N 1: ათეულობით ათასი სამუშაო ადგილის შექმნა.

მარგველაშვილი: „ეტა რას“.

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!“⁸⁵

„დაპირება N 8: წლის ბოლომდე უნდა მოვახერხოთ და მინიმუმ 60 ქარხანა უნდა გვქონდეს.

ბ. ივანიშვილი ტელეკომპანია კავკასიაში: „როგორც ვაცხადებდი მე, ჯერ კიდევ არჩევნების პერიოდში, რომ მინიმუმ 60 ქარხანა წლის ბოლომდე ჩვენ უნდა მოვახერხოთ აქუზარდია: მოასწრებთ?

⁸³<https://www.youtube.com/watch?v=oJoJoTuux1U> მოპოვებულია 14.03.2016.

⁸⁴<https://www.youtube.com/watch?v=g54IYXBA6xw> მოპოვებულია 7.03.2016

⁸⁵<https://www.youtube.com/watch?v=BYBX0eL-FW4> მოპოვებულია 7.03.2016

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!“

„დაპირება N 3: გამარჯვებისთანავე ღირსეული დასაქმება ყველას!“⁸⁶

გამარჯვებისთანავე, საარჩევნო ბლოკი ბიძინა ივანიშვილი - „ქართული ოცნება“, განახორციელებს პროგრამას ღირსეული დასაქმება ყველას. რაც გულისხმობს ყველა რეგიონში 1000-ზე მეტი საწარმოს გახსნას.

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!“⁸⁷

„ბ. ივანიშვილი: ჩვენი გეგმა თავიდან ვერ ითვალისწინებს იმას რომ, უნდა შეიქმნას რეალური სამუშაო ადგილები. ასეთი სამუშაო ადგილების რაოდენობა ათეულობით ათასი იქნება.

გ. მარგველაშვილი: „ჩიტირი“.

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!“⁸⁸

„დაპირება N 78: ელექტროენერგიის ღირებულება მაქსიმუმ 5-6 თეთრი კილოვატზე.

მარგველაშვილი: „ეტა დვა“.

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!“⁸⁹

„დაპირება N1: უნდა მოვახერხოთ და საქართველოს ყველა მოქალაქე დავასაქმოთ.

ბიძინა: პროფესიის მიხედვით უნდა მოვახერხოთ ჩვენ და დავასაქმოთ ყველა საქართველოს მოქალაქე.

⁸⁶https://www.myvideo.ge/?video_id=2132307 მოპოვებულია 7.03.2016

⁸⁷https://www.myvideo.ge/?video_id=2132303

⁸⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=P4R31oRbuX4>

⁸⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=cvHD-aRVNMA>

არ შესრულდა!

ოცნება არ მუშაობს!”⁹⁰ და სხვ.

ნაციონალების მიერ მომზადებულ ვიდეორგოლებზე გადაცემაში „არჩევანი“ საუბრობს გ. მარგველაშვილი: იგი იწყებს წინასაარჩევნო პოლიტიკური მარკეტინგის ერთ-ერთი პრინციპის ახსნას. ინგლისურად ასახელებს და შემდეგ ხსნის საარჩევნო კამპანიის კლასიკურ ტექნიკას ე. წ. „get out to vote“ კამპანიას, რაც ხელს უწყობს ამომრჩევლის გააქტიურებას (აქ ჩანს თუ რამდენად აქტიურად იყენებს კანდიდატი წინასაარჩევნო მარკეტინგს). „ორი კვირა არის კონცენტრაცია, რომ შენი ამომრჩეველი გამოიყვანო, ის ადამიანები, ვინც შენ მხარს გიჭერს. ამ თვალსაზრისით, ბუნებრივია, საქართველოში დღეს, საქართველოში, რომელიც შეჩვეულია მუდმივად, რომ არჩევნები - ეს არის სამოქალაქო გმირობა, რომ ეს არის ომი, ამ ფონზე ჩვენი საარჩევნო კამპანია მიმდინარეობს უაღრესად მშვიდად. მშვიდად იმიტო, რო ასეთი არის ჩვენი ნება. იმიტო, რომ არც ერთ მომენტში ჩვენ არ გაგვიმეორებია რაც იყო შარშან, ეს იყო დაპატიმრებები, ეს იყო ქონების წართმევა, ეს იყო კონტროლირებადი მედია (თითებზე ითვლის), არც-ერთ მომენტში არ ყოფილა პოლიტიკური ზეწოლა არავისზე. პირიქით, ჩვენი კამპანია არი, თუ შეატყეთ, **ჩვენი** (თითს თავისკენ იშვერს და მახვილს აკეთებს კუთვნილებით ნაცვალსახელზე - „ჩვენი“) კამპანია არი პოზიტიური, ჩვენ ვლაპარაკობთ პოზიტივზე, ჩვენ ვლაპარაკობთ მომავალზე, ჩვენ ვლაპარაკობთ გაკეთებულ საქმეებზე და ის ხალხი, ვისზეც შეგვეძლო, რო კამპანია კი არ გაგვეკეთებინა, რამდენიმე სერიანი ის გაგვეკეთებინა, სერიალი გაგვეშვა იმათ დანაშაულებებზე, ამაზე ჩვენ ხმას არ ვიღებთ და ისინი რაღაცა **იმეებს** გვირთავენ, რაღაცა **იმეებს**, რა ქვია, ციფრებს გვირთავენ ვითომ რაღაცა არ გაგვიკეთებია. აი, ესეთი აბსურდული ვითარებაა. ის ხალხი, ვისზეც ჩვენ შეგვეძლო გაგვეშვა სერილები, რასაც ეგენი აკეთებდნენ 10 წლის განმავლობაში, ჩვენ მაინც ვლაპარაკობთ პოზიტივზე. აი, ამ ვითარებაში, შესაძლო არის, სრულიად დამშვიდებული, არაჩვეულებრივი გარემო არი, რასაც არა ვართ შეჩვეულები აქამდე. ამაზე, შესაძლო არი, გარკვეულწილად მოადუნოს ჩვენი მხარდამჭერი და თქვას, რომ მაინც გამარჯვებულები არიან, ერთი წამით (შეაჩერა წამყვანი), აქედან გამომდინარე,

⁹⁰ https://www.myvideo.ge/?video_id=2132306

ჩვენ ძალიან აქტიურად მოვუწოდებთ ჩვენს ამომრჩეველს სწორედ ბოლო ორ კვირაში...“⁹¹.

თავისთავად ის ფაქტი, რომ ზეპირი გამოსვლის ტექსტური ჩანაწერი ორთოგრაფიულ შეცდომებს ან ორთოეპიულ თავისებურებებს აფიქსირებს, უკვე არის პიარის ნაწილი, რადგან მოსმენისას ჩვეულებრივი ზგერის დაკარგვა (მაგ. იმიტო[მ] რო[მ]).

საკუთარი თავის პოზიტიურად და სხვების ნეგატიურად წარმოჩენის თვალსაზრისით საინტერესოა პრეზიდენტობის კანდიდატის დ. ბაქრაძის გამოსვლა, რომელიც შედგა ყვარელში, ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმში 2013 წლის 25 ოქტომბერს. ბაქრაძე ბევრჯერ ახსენებს ილია ჭავჭავაძეს, დიმიტრი ყიფიანს, ყვება მათი ღვაწლის შესახებ. ამ რიტორიკული ხერხით პრეზიდენტობის კანდიდატი საკუთარ თავსა და გუნდს ამ დიდი მოღვაწეების თანამოაზრედ და მათი იდეების გამტარებლად წარმოაჩენს. ნათელია, რომ ბაქრაძის ეს გამოსვლა ყვარელში, რომელიც 25 ოქტომბერს დიმიტრი ყიფიანის გარდაცვალების დღეს დაემთხვა, კარგად იქნა გამოყენებული და მარკეტინგულად შეფუთული ამომრჩეველზე შთაბეჭდილების მოსახდენად: „დღეს 25 ოქტომბერია ილიას უფროსი მეგობრისა და დიდი პატრიოტის დიმიტრი ყიფიანის გარდაცვალების დღე. ის რუსეთის იმპერიის მაშინდელმა სპეცსამსახურებმა მუხანათურად მოკლეს. დიმიტრი ყიფიანისა და ილიას დროს ჩვენ არ გვქონდა ჩვენი სახელმწიფო - დღეს კი გვაქვს და მთავარი ვალდებულება ჩვენი არის გავუფრთხილოდეთ ამ თავისუფლებას და არაფერზე, არაფერზე, არაფერზე არ გავცვალოთ!“⁹² მოცემულ ნაწყვეტში ნიშანდობლივია სიტყვის „არაფერზე“ სამგზის გამეორება. ეს რიტორიკული ხერხი უფრო ეფექტურს ხდის პოლიტიკოსის გამოსვლას.

წინაპრების გახსენება პოლიტიკური გამოსვლებისას განსაკუთრებით დამახასიათებელია მ. სააკაშვილის რიტორიკისთვისაც, რაც ხშირად მისი ოპონენტების მხრიდან კრიტიკის საგანია. მაგალითად, „ქართული ოცნების“ ერთ-ერთი ლიდერი -

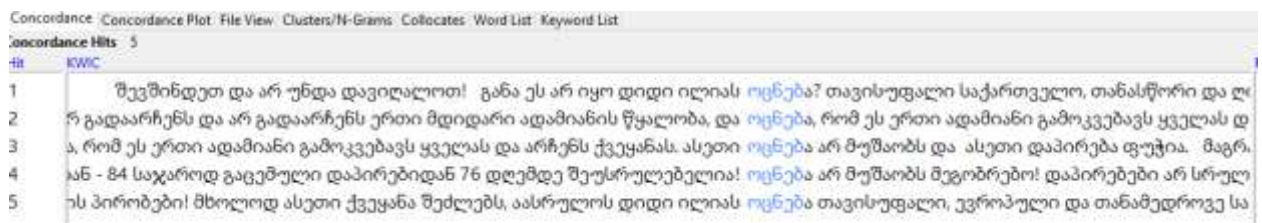
⁹¹არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

⁹²დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

გუბაზ სანიკიძე გადაცემაში „პოლიტმეტრი“ ასეთ კომენტარს აკეთებს: „...საკაშვილს ჩვევია საერთოდ დიდ წინაპრებთან თამაში, ჩვენი წინაპრების აჩრდილებთან თამაში. ის ედრება დავით აღმაშენებელს, ბაგრატ მესამეს.“ ... „ჩვენ საერთოდ, ისეთი მძიმე ისტორია გვაქვს გავლილი, ჩვენ ისეთი მეხსიერების ხალხი ვართ, რო არ შეიძლება ასე თამაში საკუთარ ისტორიასთან. არ შეიძლება ასეთი განცხადებების გაკეთება. ახლა ვეფხისტყაოსანი, როგორც ციტირება გააკეთა, ისეთივე მმართველობის სისტემა აქვს მას. ზერელე დამოკიდებულება აქვს სააკაშვილს. სააკაშვილს ჰგონია, რომ მას აქვს ექსკლუზიური უფლება რაც უნდა ის გააკეთოს, როგორც უნდა ისე გადააკეთოს ჩვენი ისტორია“⁹³.

ივანიშვილის მსგავსად, ბაქრაძეც იყენებს შეპირისპირებას საკუთარი კანდიდატურის უპირატესობის წარმოსაჩენად: „ამიტომ გთავაზობთ - ვიმუშაოთ ერთად ქვეყნის განვითარებისთვის და თუ მთავრობის გეგმა შემდგომი დაპირისპირებაა, ჩვენი გეგმაა - ურთიერთთანამშრომლობა ხალხის საკეთილდღეოდ!“⁹⁴

მარკეტინგულადაა გათვლილი ასევე სიტყვა „ოცნების“ გამოყენება „ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ როგორც ნეგატიურ, ასევე პოზიტიურ კონტექსტში:



ცხრილი 12. „ოცნება“ პოზიტიურ და ნეგატიურ კონტექსტში.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, სახეზეა ხუთი მაგალითი. პირველ წინადადებაში, მომხსენებელი სვამს რიტორიკულ შეკითხვას: „განა ეს არ იყო დიდი ილიას ოცნება?“ და მეხუთე მაგალითშიც, ხაზი ესმება „ოცნების“ პოზიტიურ დატვირთვას: „მხოლოდ ასეთი ქვეყანა შეძლებს აასრულოს დიდი ილიას ოცნება თავისუფალი, ევროპული და თანამედროვე საქართველოს შესახებ!“ რაც შეეხება დანარჩენ სამ მაგალითს, ისინი

⁹³პოლიტმეტრი. 17.08.2012. <https://www.youtube.com/watch?v=u2LSUSt30VM> მოპოვებულია 29.12.2015

⁹⁴დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

ოპონენტის დისკრედიტაციას უწყობს ხელს: „საქართველოს ვერ გადაარჩენს და არ გადაარჩენს ერთი მდიდარი ადამიანის წყალობა, და ოცნება, რომ ეს ერთი ადამიანი გამოკვებავს ყველას და არჩენს ქვეყანას“. ორჯერ არის გამოცემული „ნაციონალური მოძრაობის“ მთავარი ლოზუნგი - „**ოცნება არ მუშაობს**“.

„ნაციონალური მოძრაობის“ მიერ სიტყვა „ოცნების“ გამოყენების კიდევ ერთი მაგალითია სააკაშვილის წინასაარჩევნო გამოსვლა 2012 წლის 29 სექტემბერს. პრეზიდენტი სიტყვას იწყებს ციტატით მუხრან მაჭავარიანის ლექსიდან „საბა“: „*ორბელიანი ლუდოვიკო მეთოთხმეტესთან ალოდინეს და... მეთხუთმეტე კაცად შევიდა*“. ჩვენი მეფეები წერდნენ წერილებს ევროპელ მონარქებს და ერთხელ არ მიუღიათ პასუხი. დღეს არის პირველად მომენტი საქართველოს ისტორიაში, როდესაც ისინი გვწერენ ჩვენ (სააკაშვილს მოჰყავს ციტატა ევროპელი პოლიტიკური ფიგურების გამოსვლებიდან), რომ , ხალხო, არ დაბრუნდეთ უკან, მოდიეთ ჩვენთან, დაგვიდექით გვერდზე, შემოდით ევროპაში, **აისრულებთ თქვენი საუკუნოვანი ოცნება**“⁹⁵.

მიხეილ სააკაშვილი ახალციხეში გამოსვლისას ისევ იყენებს სიტყვას „ოცნება“: „აქ იწყება ჩემი მთავარი ოცნების განხორციელება. ახალი უმშვენიერესი ქალაქის - ლაზიკას მშენებლობა. ლაზიკას იდეა - ეს არის საქართველოს იდეა და მათ შორის ეს არის საქართველოს ერთიანობის იდეა. საქართველოს ერთიანობა აღმშენებლობით და არა ნგრევით და ომით. დავით აღმაშენებლის მთავარი პრინციპი იყო, (რო) არავითარ შემთხვევაში უკან დახევა...“⁹⁶.

სააკაშვილის მიერ სიტყვა „ოცნების“ ხშირად გამოყენების თაობაზე კომენტარს აკეთებს ლ. ბერძენიშვილი: „(იგი) შეწუხებულია „ქართული ოცნების“ მზარდი ავტორიტეტით. ამიტომ, ცდილობს ამ სიტყვის მოპარვას და იმ იდეების განხორციელებას, რომლებზეც თურმე მისი წინაპრები ოცნებობდნენ...“⁹⁷.

ამ საკითხზე კომენტარს აკეთებს ასევე გ. მარგველაშვილი: „მაან ცუდი იყო, რომ აიღეს „ქართული ოცნების“ პოლიტიკური პროგრამა და იგივე პროგრამით გავიდნენ

⁹⁵მ. სააკაშვილი. https://www.youtube.com/watch?v=_R92A7LRVf4 მოპოვებულია 5.11.2015.

⁹⁶პოლიტმეტრი. 17.08.2012. <https://www.youtube.com/watch?v=u2LSUSt30VM> მოპოვებულია 29.12.2015

⁹⁷პოლიტმეტრი. 17.08.2012. <https://www.youtube.com/watch?v=u2LSUSt30VM> მოპოვებულია 29.12.2015

ხალხთან. ეხლა ცუდი არის საერთოდ ის, რომ სლოგანსაც იღებენ და სააკაშვილი ლაპარაკობს სულ თავის ოცნებებზე. რატომ? საერთოდ აღარავითარი შინაარსი აღარ აქვს უკვე ამ პოლიტიკურ გუნდს...”⁹⁸.

ოპონენტის სლოგანის საკუთარ გამოსვლებში გამოყენების კიდევ ერთი მაგალითია ირაკლი ღარიბაშვილის მიერ თვითმმართველობის არჩევნების კამპანიის დროს გამოყენებული ფრაზა „ნაციონალური მოძრაობის“ ლოზუნგიდან: „ხალხს ახლა ეძლევა საშუალება, რომ აკონტროლოს ხელისუფლება“⁹⁹.

ბაქრაძე იყენებს კიდევ ერთ საშუალებას, ე. წ. რიცხვის მოტივს (topoi) „სხვების“ (ამ შემთხვევაში, მთავრობის) ნეგატიურად წარმოსაჩენად: „ერთი წელია მოთმინებით ვუყურებთ ახალ მთავრობას და ვხედავთ, რომ ნაცვლად ახალი საწარმოების გახსნისა, არსებულები ჩერდება და იხურება - ბიზნესი გაჩერებულია. ნაცვლად ახალი სამუშაო ადგილების შექმნისა, მხოლოდ 3 თვეში 42 000 სამუშაო ადგილი დაიკარგა, სოციალური დაპირებების შესრულების ნაცვლად თითქმის 30 000 ადამიანი ამოიღეს შემწეობის მიმღებთა სიიდან - 84 საჯაროდ გაცემული დაპირებიდან 76 დღემდე შეუსრულებელია! ოცნება არ მუშაობს, მეგობრებო! დაპირებები არ სრულდება და ამას დღეს ყველა ხედავს!“¹⁰⁰.

იმავე ხერხს მიმართავს ბაქრაძე გადაცემაში „არჩევანი“ საკუთარი თავის პოზიტიურად და მთავრობის ნეგატიურად წარმოსაჩენად: „...და რაც უფრო განვითარდება ბიზნესი, კიდევ ვიმეორებ, ეს არის წამალი იმისთვის, რომ ადამიანები დასაქმდნენ და საბოლოო ჯამში, როდემდე უნდა ვიყოთ იმ იმედზე, რომ მთავრობა იმ 230 ნანატრ ქარხანას გახსნის...“ ნათელია, რომ ბაქრაძე ასახელებს არარეალურ რიცხვს - 230 ქარხანას, რითაც ხაზს უსვამს, რომ „ქართული ოცნების“ დაპირება დაპირებად და მხოლოდ „ნატვრად“ დარჩება. იქვე დასძენს დამაჯერებელი ტონით: „230 ქარხანას ნანატრ ქარხანას, როგორც ჩანს, ეს მთავრობა ძალიან დიდხანს ვერ გახსნის. ამიტომ,

⁹⁸პოლიტმეტრი. 17.08.2012. <https://www.youtube.com/watch?v=u2LSUSt30VM> მოპოვებულია 29.12.2015

⁹⁹კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა (თვითმმართველობების არჩევნები - 2014 წლის 15 ოქტომბერი). <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016

¹⁰⁰დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm.

<https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

ქარხნებს, 200, 500 და 1000-საც, ქარხნებს გახსნის ბიზნესი. ოღონდ ამისთვის ჩვენ უნდა დავიცვათ და გავავითაროთ ეკონომიკა და ეს გეგმა, რომელიც მე მაქ, სამპუნქტიანი, სწორედ ამას ემსახურება, რომ ეკონომიკა დავიცვათ, ამ გზით ბიზნესს ხელი შევუწყოთ და ბიზნესი დაეხმაროს ჩვენს ხალხს უკეთესად ცხოვრებაში. აი, ეს არის რეცეპტი“¹⁰¹.

ყურადსაღებია, რომ პირველი პირის ნაცვალსახელის მხოლოდობით რიცხვში გამოყენებით ბაქრაძე ხაზს უსვამს იმას, რომ ის დამოუკიდებელი კანდიდატია.

წამყვანს მოჰყავს მთავრობის არგუმენტი, რომლებიც ეკონომიკურ დაღმასვლას წინა მთავრობას აბრალებენ და ამბობენ, რომ „არჩევნების შემდეგ ეკონომიკამ მაშინვე დაიწყო ნგრევა. სხვანაირად რომ ვთქვათ, სახლი, რომელიც თქვენ ააშენეთ, თუ როგორც კი გამოდიხართ, მაშინვე ნგრევას იწყებს, ეს ახალი მფლობელის ბრალია თუ მისი ამშენებლის?“ (მეტაფორა: ეკონომიკა შენობაა). ბაქრაძე პასუხობს, რომ ის არავის არაფერს აბრალებს: „პირიქით, მთელი განვლილი თვეების მანძილზე მე ვცდილობდი შევხვედროდი მთავრობას, მათთან ერთად მემსჯელა ეკონომიკაზე და ერთად მოგვეძებნა გამოსავალი ამ კრიზისული სიტუაციიდან, რატომ? იმიტომ, რომ ეს ეკონომიკური კრიზისი, ეს არ არის ხელისუფლების და ოპოზიციის პრობლემა, ეს არი მთელი ჩვენი მოსახლეობის პრობლემა და აი, ის ვარდნა, რომელსაც იქ ხედავთ (მიუთითებს გრაფაზე, სადაც მოცემულია ეკონომიკის ვარდნა 2011-წლიდან 2013 წლის აგვისტომდე), ეს ნიშნავს, ეს არის ვარდნა და ეს ვარდნა ნიშნავს იმას, რომ დღეს საქართველოში ათობით ათასი, მეტი უმუშევარია. ეს ვარდნა ნიშნავს იმას, რომ დღეს საქართველოში ასობით ათასი ოჯახი ცხოვრობს უფრო უარესად, ვიდრე ერთი წლის წინ. ამიტომ, დაბრალების მაგივრად მე ვცდილობდი, ნამდვილად ვცდილობდი, რომ მთავრობასთან საერთო ენა მომეძებნა და მესაუბრა...“. დ. ბაქრაძე იმპლიციტურად გვეუბნება, რომ მას შეუძლია მთავრობასთან თანამშრომლობა. იმეორებს ეკონომიკასთან ასოცირებულ მეტაფორას - „ვარდნა“. ასევე, ასახელებს ციფრებს, რითაც ხაზს უსვამს ეკონომიკის მძიმე მდგომარეობას.

ყურადსაღებია ასევე, ბაქრაძის გამოსვლაში დაფიქსირებული ყველაზე აქტუალური სიტყვების სია:

¹⁰¹არჩევანი - დავით ბაქრაძე. 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015.

Concordance	Concordance Plot	File View	Clusters/N
Word Types: 1197	Word Tokens: 2290		
Rank	Freq	Word	
1	126	და	
2	65	e	
3	32	რომ	
4	29	ჩვენი	
5	22	უნდა	
6	21	არ	
7	21	ეს	
8	19	ჩვენ	
9	18	ამ	
10	18	მე	
11	17	საქართველოს	
12	16	a	
13	15	დღეს	
14	15	რომელიც	
15	14	ქვეყნის	
16	13	ილიას	
17	12	ევროპული	

ცხრილი 13. ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვები დ. ბაქრაძის გამოსვლაში.

მოცემულ გამოსვლაში, როგორც სხვა კანდიდატების ტექსტებში, აქტუალურია ნაცვალსახელები „ჩვენი“, „ჩვენ“ და „მე“:

Hit	KWIC
1	ლი ევროპული, ევრო-ატლანტიკური გზა. ჩვენი ხედვით პრეზიდენტი უნდა იყოს ამ გზის განუხრელი, მტკიცე დამცველი. ეს იმა
2	ბისათვის, რომ აღვნიშნოთ, რა არის ჩვენი ღირებულებების მთავარი სვეტები, მთავარი ქვაკუთხედი, ჩვენ ყვარულში ჩამოვე
3	ის, დიდი ილიას მშობლიურ სახლში. ჩვენი აქ ყოფნა თავისთავად ხაზის გასმა ჩვენი ერთგულებისა ილიას იდეების, მისი ღი
4	რი აქ ყოფნა თავისთავად ხაზის გასმა ჩვენი ერთგულებისა ილიას იდეების, მისი ღირებულებების მიმართ, ჩვენი განვითარებ
5	ეების, მისი ღირებულებების მიმართ. ჩვენი განვითარების გზა, ახალი საქართველოს მოწყობის წესი და ღირებულებების სისტ
6	გუნდებელი მამაა და მისი ხმა ჩვენგან, ჩვენი პოლიტიკური თაობისაგან დღესაც უპირველესად ქვეყნის თავისუფლებისა და დ
7	რა ლელთ ლუწის პირით ბრძანებდა - „ჩვენი თავი ჩვენადვე უნდა გვეყუნოდეს“-ო. ამის გარეშე წარმოუდგენელია ჩვენი მომა
8	დეს“-ო. ამის გარეშე წარმოუდგენელია ჩვენი მომავალი. საქართველომ უნდა დაიცვას თავის უმთავრესი მონაპოვარი, თავის თა
9	პერიაში. ილიას კვალდაკვალ დღეს ჩვენი პარტია საქართველოს ევროპული არჩევანის მთავარი დამცველი ძალაა! ჩვენ ყვე
10	ოდ, ბოლო ერთი წლის განმავლობაში ჩვენი მეგობრების მუდმივი გაწვილება და რუსეთთან დათმობის ენაზე საუბარი მუდმი
11	ავცით! სწორედ ამის დასტურია დღეს ჩვენი სამშობლოს გულში გავლებული ახალი მავთულხლართები და მიტაცებული მიწე
12	ებში არ ვულაატებთ ილიას იდეას - ჩვენი თავი ჩვენადვე გვეყუნოდეს! დღეს 25 ოქტომბერია ილიას უფროსი მეგობრისა (
13	ნისა და ილიას დროს ჩვენ არ გვქონდა ჩვენი სახელმწიფო - დღეს კი გვაქვს და მთავარი ვალდებულება ჩვენი არის გავუფრთხ
14	კი გვაქვს და მთავარი ვალდებულება ჩვენი არის გავუფრთხილდეთ ამ თავისუფლებას და არაფერზე, არაფერზე, არაფერზე ა
15	ხება. რომელიც უნდა შესრულდეს და ჩვენი ვალია ამისათვის - ვაკონტროლოთ მთავრობა! რატომ უნდა ვაკონტროლოთ მთავ
16	ებში სხვა პოლიტიკური ძალებისგან, ჩვენი ფუნქცია მხოლოდ კრიტიკა არაა! ჩვენ უნდა ყოველთვის გვქონდეს რეალური გეგ
17	ოველთვის გვქონდეს რეალური გეგმა ჩვენი მოქალაქეების ცხოვრების დონის გაუმჯობესებისათვის, სამუშაო ადგილების შექმ
18	ნის გეგმა შემდგომი დაპირისპირება და მთელი ჩვენი ენერგია მოვახმაროთ ქვეყნის განვითარებას და ხალხის უკეთ ცხოვრებას. მაშინ, რ
19	ბის გეგმა შემდგომი დაპირისპირებაა, ჩვენი გეგმა - ურთიერთთანამშრომლობა ხალხის საკეთილდღეოდ! მე მზად ვარ ვიმუშ
20	ასა - იმ მთავარი ღირებულების, რასაც ჩვენი მრავალუნიკური და მრავალრელიგიური სამშობლოს ერთიანობა ეფუძნება. საქ

ცხრილი 14. ნაცვალსახელი „ჩვენი“ დ. ბაქრაძის გამოსვლაში.

სატელევიზიო წინასაარჩევნო შოუში „არჩევანი“, გიორგი მარგველაშვილი ამბობს: „მთელი ჩემი ცხოვრების განმავლობაში ვიყავი ძალიან აქტიური მედიაში. ახლა. ყველა მედია არ მიცნობს იმიტომ, რომ ძირითადად ოპოზიციურ მედიაში ვიყავი

წარმოდგენილი და ჩემი ცხოვრების საუკეთესო წლები მაესტროზე და კავკასიაზე გავატარე“¹⁰². როგორც ნაწყვეტიდან ჩანს, საკუთარი თავის პოზიტიურად წარმოსაჩენად მარგველაშვილმა ხაზი გაუსვა მის კავშირებს „თავისუფალ“ მედიასთან.

გადაცემაში წამყვანს უცხოური მედიიდან მოჰყავს ციტატები, რომლებშიც ყურადღება გამახვილებულია მარგველაშვილის ნაკლებ კომპეტენტურობაზე, მოგვიანებით კი ჟურნალისტის კითხვაა, თუ რამდენად შეძლებს გიორგი მარგველაშვილი პრეზიდენტის პოსტის დაკავებას. მოყვანილი ციტატებით და დასმული კითხვით იკვეთება ჟურნალისტის ინტენცია და ზოგადად, არხის განზრახვა, მოახდინოს კანდიდატის ნეგატიური წარმოჩენა. გ. მარგველაშვილი თავის სასიკეთოდ იყენებს ამ შეკითხვას და პასუხობს: „თუ შევაჯამებთ ამ კრიტიკას, მე მგონია, რო ეხლა საპრეზიდენტო კანდიდატისათვის კრიტიკა, რო მაინცდამაინც ამბიციური არ არი და მაინცდამაინც თანამდებობაზე გადარეული არ არი, მთლად კრიტიკაც არ არი, ცოტა შექებაც კი არი ამ მომენტში. ასე რო, მე მანდ სირთულეს ვერ ვხედავ“¹⁰³. პრეზიდენტობის კანდიდატის ამ პასუხმა დარბაზის აპლოდისმენტები დაიმსახურა.

ჟურნალისტის შეკითხვაზე, თუ რის გაკეთება ვერ მოახერხა ხელისუფლებამ და რა ნაკლი აქვს მას, მარგველაშვილი საუბრობს ტემპზე, რომლის დაბალი მაჩვენებლის მიზეზად ის მიიჩნევს მთელი წლის განმავლობაში დასაძლევ ვეტოების რაოდენობას (კოჰაბიტაციის პირობებში). კანდიდატი საუბრობს კოჰაბიტაციაზე: „კოჰაბიტაცია უაღრესად რთული იყო ჩვენი პოლიტიკური გუნდისთვის“. მარგველაშვილის კომენტარებიდან გამომდინარე, წამყვანი აკეთებს დასკვნას: „თქვენ ამბობთ, რომ მთავარი შემაფერხებელი ძალა არის მიხეილ სააკაშვილი“, ამ ფრაზით წამყვანი თავისდაუნებურად ახდენს მარგველაშვილის მიერ ოპოზიციური ძალის ნეგატიური რეპრეზენტაციის განმტკიცებას.

წამყვანის სვამს შეკითხვას, მოსალოდნელია თუ არა არჩევნების შემდეგ გამოსვლები ქუჩაში, მარგველაშვილი დარბაზში მჯდომ იმდროინდელ შინაგან საქმეთა

¹⁰²არჩევანი - გიორგი მარგველაშვილი - 22.10.2013 - <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ>. მოპოვებულია 18.12.2015

¹⁰³არჩევანი - გიორგი მარგველაშვილი - 22.10.2013 - <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ>. მოპოვებულია 18.12.2015

მინისტრს მიმართავს და ამბობს, რომ ეს წარმოუდგენელია. მოყავს ფაქტები, რომ 17 000 (თუმცა ჯერ ამბობს 14 000 და მერე უსწორებენ დარბაზიდან) ადამიანი გამოვიდა საპყრობილიდან. ასევე ამბობს, რომ იკლო დანაშაულის სტატისტიკამ „გვაქვს 21 და აქამდე იყო 25 თუ 27“ და რომ გახსნა (ალბათ, სასამართლო საქმეების) გახდა 57 პროცენტი. ამ ციფრების დასახელებისას, ის მიმართავს ი. ღარიბაშვილს, რომელიც ადასტურებს მონაცემების სიზუსტეს. სტატისტიკური მონაცემების დემონსტრირებით გ. მარგველაშვილი ამყარებს არგუმენტს, რომ არ იქნება ქუჩის გამოსვლები, და რომ „ოცნებელები“ უფრო დემოკრატიულები არიან, ვიდრე წინა ხელისუფლება.

არის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ეპიზოდი გადაცემაში, რომელშიც მარგველაშვილი ახერხებს საკუთარი თავის პოზიტიურად წარმოჩენას მიუხედავად იმისა, რომ წამყვანის შეკითხვა აშკარად იყო გამიზნული მის დისკრედიტაციაზე. წამყვანი სვამს კითხვას პრეზიდენტის რანგში, ვინც არ ინდა იყოს, დახვდება თუ არა რეალური პრობლემა მავთულხლართების სახით. მარგველაშვილი საუბრობს ამ თემაზე. საერთაშორისო კავშირების როლზე ამ საკითხში. ასახელებს „ქართული ოცნების“ წარმომადგენლებს, რომლებიც ჩავიდნენ იქ, სადაც არსებობდა საზღვრების მავთულხლართებით გადმოწევის პრობლემა. ამბობს, რომ თავად არ ჩასულა, სწორედ იმიტომ, რომ მისი აზრით, „იქ არ უნდა ჩახვიდე იმისთვის, რომ პოლიტიკური ქულები დაიწერო. პოლიტიკური კამპანია პოლიტიკური ქულების დაწერისთვის არი, მაგრამ რაღაცეებზე, რაღაცეები არ უნდა იხმარო ამისათვის. რაღაცეები უნდა დატოვო მაინც. ის ტკივილია, ყველას ტკივილია და ამდენად, ეს უნდა დატოვო ასე და შეეცადო მაქსიმალურად შეამსუბუქო. ამიტომ, იქ ყვან ჩასული არა პოლიტიკური ქულების დასაწერად, არამედ ადამიანებისთვის პრობლემების შესამსუბუქებლად ჩემი კოლეგები და ჩვენ იქ ქულები არ დაგვიწერია“¹⁰⁴.

დავით ბაქრაძის საპრეზიდენტო კანდიდატად წარდგენისას, მ. სააკაშვილი იყენებს შეპირისპირების სტრატეგიას, რომლითაც ახერხებს მოწინააღმდეგის ნეგატიურ და საკუთარი კანდიდატის პოზიტიურ რეპრეზენტაციას: „საქართველოს პრეზიდენტი

¹⁰⁴არჩევანი - გიორგი მარგველაშვილი - 22.10.2013 - <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ>. მოპოვებულია

უნდა იყოს დამოუკიდებელი მოაზროვნე პიროვნება. ისინი თუ ეს კაცი?“¹⁰⁵ (მიუთითებს დ. ბაქრაძეზე). ამით ხაზს უსვამს, რომ „ისინი“ - ანუ „ქართული ოცნება“ თუ „ეს კაცი“ ანუ დ. ბაქრაძე. ბაქრაძეს წარმოაჩენს როგორც დამოუკიდებელ კანდიდატს, ხოლო გ. მარგველაშვილს, როგორც „ქართულ ოცნებაზე“ დამოკიდებულ საპრეზიდენტო კანდიდატს.

დ. ბაქრაძე იმპლიციტურად მიგვანიშნებს, რომ, გიორგი მარგველაშვილისგან განსხვავებით, ის არის საპრეზიდენტო არჩევნებში წარმოდგენილი დამოუკიდებელი კანდიდატი: „საქართველოს სჭირდება მომავალი პრეზიდენტი, რომელიც იქნება თითოეული ადამიანის და არა მხოლოდ მისი პარტიული მომხრეების პრეზიდენტი“¹⁰⁶.

მედიის მიკერძოებული პოზიციის ამსახველი მაგალითია ის ეპიზოდი, როდესაც „არჩევანის“ წამყვანი დ. ბაქრაძეს ესაუბრება ციხეების თემაზე: *„ციხეების თემა, ბევრი ამბობს, რომ იყო გადამწყვეტი მომენტი, რამაც ხელი შეუწყო „ნაციონალური მოძრაობის“ დამარცხებას გასულ არჩევნებში. თქვენ როგორ ფიქრობთ, ეს იყო მართლაც გადამწყვეტი მომენტი, თუ ეს იყო უბრალოდ ბოლო დარტყმა?“* რაზეც ბაქრაძე პასუხობს: *„...ეს იყო ისეთი ხარისხის ემოციური სიმძიმე და ემოციური დარტყმა, რომ მე, ალბათ, ეს დარტყმა გამყვება მთელი ჩემი დარჩენილი ცხოვრება და როდესაც ვსაუბრობ გაკვეთილებზე, ყველაზე მწარე გაკვეთილი, ყველაზე მტკივნეული გაკვეთილი, ყველაზე ემოციური გაკვეთილი, რომელიც ჩემს ემოციაში და გონებაში არასდროს არ შერბილდება იყო სწორედ ის, რაც ჩვენ ვიხილეთ გასული წლის 18 სექტემბერს...“*¹⁰⁷ ჟურნალისტი: *„თარიღიც ზუსტად გახსოვთ“* - ამით წარმოაჩენს რესპოდენტის გულწრფელობას. შესაბამისად, ხდება საპრეზიდენტო კანდიდატის პოზიტიური რეპრეზენტაცია. კიდევ ერთხელ უნდა გავუსვათ ხაზი იმას, რომ მარგველაშვილის ინტერვიუში დაშვებულია უამრავი ორთოგრაფიულ–ორთოეპიური უზუსტობა, ბაქრაძის სიტყვებში კი ტექსტი თითქმის უნაკლოა; ერთმანეთს უნდა შეუდარდეს მხოლოდ წერილობითი ან მხოლოდ

¹⁰⁵გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015.

¹⁰⁶გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015.

¹⁰⁷გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015

ზეპირი ტექსტები; რადგან ე. წ. შერეული“ პრინციპით შეპირისპირებისას თვით ანალიტიკოსიც მანიპულატორად წარმოჩნდება; მარგველაშვილისა და ბაქრაძის ინტერვიუთა შედარება ცხადყოფს, რომ ერთი ძალიან ღარიბი და შეცდომებით სავსე ქართულით საუბრობს, მეორეს კი განათლებული ადამიანის მეტყველება აქვს.

ჟურნალისტის და ზოგადად არხის პოზიცია ფიქსირდება ასევე იმ მონაკვეთში, როდესაც გიორგი გაბუნია მოყავს ციტატები „ეკონომისტიდან“, რომელიც გვთავაზობს დადებით შეფასებებს დ. ბაქრაძეზე და მას „პარლამენტის ზომიერ სპიკერს“ უწოდებს (სიტყვა „ზომიერს“ ხაზგასმით კითხულობს გაბუნია, რაც პარალინგვისტური მეთოდების გამოყენებაზე მეტყველებს) **„ასხივებს სიმშვიდეს“...** ეკონომისტი: *„ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის“ კანდიდატი დავით ბაქრაძეა. პარლამენტის ზომიერი ყოფილი სპიკერი, რომელიც ცდილობს გამოასხივოს სიმშვიდე* (პარალელურად კადრში ჩანს ბაქრაძის მომღიმარი და კმაყოფილი სახეს) *და რომლის რეიტინგიც დაახლოებით 18 პროცენტია“*. წამყვანი ბაქრაძეს უსვამს კითხვას, ეთანხმება თუ არა ის ამ შეფასებას და გაჭრის თუ არა მისი ეს სიმშვიდე, რაზეც ბაქრაძე პასუხობს, რომ ის არ ეთანხმება რეიტინგის პროცენტს, რომელიც მომატებულია. შემდეგ დ. ბაქრაძე აგრძელებს: *„რაც შეეხება სიმშვიდეს, დიახ, მე მიმაჩნია, რომ ქვეყანაში ლანძღვით და გინებით საქმე არასდროს არ კეთდება. მე არ მინახია ლანძღვით აშენებული არცერთი ქვეყანა, მე არ მინახია ჩხუბით აშენებული არცერთი ქვეყანა და ჩხუბით დანგრეული ბევრი მინახია¹⁰⁸. მათ შრის საქართველო მინახია და მახსოვს 90-იან წლებში, რომელიც ლანძღვით და ჩხუბით ლამის თავზე დაგვეწვრა. ამიტომ, ეს არის ჩემი მთავარი მრწამსი პოლიტიკაში. კარგი პოლიტიკოსი ქვია არა იმას, ვინც საკუთარ ოპონენტს უფრო ხმამაღლა და უფრო ეფექტურად გალანძღავს, კარგი პოლიტიკოსი ქვია იმას, ვინც საკუთარ ოპონენტთანაც კი შეძლებს საერთო ენის გამოძებნას, მუშაობას და ერთად საქმის გაკეთებას“¹⁰⁹* (დ. ბაქრაძე იყენებს რიტორიკულ ხერხს - შეპირისპირებას). ამით საპრეზიდენტო კანდიდატი ამბობს, რომ მას შეუძლია ეს, შესაბამისად, ის კარგი პოლიტიკოსია. *„ხანდახან, როდესაც მეკითხებიან ხოლმე: როგორ ხარ ესეთი მშვიდი? არ ბრაზდები? ყველა გიყვარს გარშემო?*

¹⁰⁸ უნდა იყოს „მინახავს“

¹⁰⁹ გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია

როგორ არ ვბრაზდები. ჩვეულებრივი ადამიანი ვარ, მეც მაქვს ნერვები, მეც მეშლება ნერვები, მეც ვბრაზდები (ხაზს უსვამს, რომ ისიც ჩვენნაირია, ხალხის ნაწილია). მით უმეტეს, თუ მკითხავენ ყველა მიყვარს თუ არა. რა თქმა უნდა, ყველა არ მიყვარს. ახლა, პოლიტიკოსი ჯერ ისე რა საყვარელია და ყველა პოლიტიკოსი როგორ შეიძლება გიყვარდეს?“¹¹⁰ (სიცილი და ტაში აუდიტორიაში, თითონაც იღიმება).

წამყვანი აკეთებს კომენტარს: „თქვენ აქაც ცდილობთ ზომიერების დაცვას. ბატონო დავით, როგორც ზომიერ კანდიდატს და კანდიდატს, რომელიც „ცდილობს გამოსახვიოს სიმშვიდე“, „ეკონომისტს“ ვიხსენებ ისევ, შეგეკითხებით ახალ ხელისუფლებაზე...“¹¹¹ ნიშანდობლივია ისევ ამ მახასიათებლის გამეორება სწორედ წამყვანის მხრიდან. აქ ისევ იკვეთება წამყვანის დადებით განწყობა და არხის სუბიექტურობა.

ცნობილია, რომ იუმორი ადამიანების ნდობის მოპოვებისა და დარწმუნების პროცესში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ამ ხერხს აქტიურად მიმართავენ პოლიტიკოსები. ბაქრაძე საკმაოდ ეფექტურად იყენებს რიტორიკის ამ ხერხს: „მეცინება ხოლმე უბრალოდ, როდესაც მთავრობის არგუმენტებს ვისმენ (იღიმება). აი, ბოლო რაც იყო, ერთ-ერთი მინისტრის გამოსვლაში. ე. ი. უკვე ინტონაციურ არგუმენტებზე გადავიდნენ. ანუ, ასეთი ქონდა, რო „თქვენ კი გქონდათ შარშან ექვსპროცენტიანი ზრდა, მარა ეს იყო რაღაც (თითებით აჩვენებს და დაბალი ხმის ტემბრით ამბობს) ექვსპროცენტიანი და ჩვენ გვაქვს ორპროცენტიანი („ორპროცენტიანი“ - ამ სიტყვას წარმოთქვამს ხმამაღლა და მახვილის ქვეშ და აპლოდისმენტების შემდეგ აგრძელებს) ის თქვენი რაღაც საწყალი ექვსპროცენტიანი (ირონიით, ხმადაბლა) ზრდა, ის იყო ტყუილი ზრდა, მარა ჩვენი ორპროცენტიანი (ომახიანად ამბობს ისევ, მაგრამ ცინიკურად), აი ეს არი ნამდვილი ზრდა და ეს დააყენებს ეკონომიკას ფეხზე“¹¹². ბაქრაძე კიდევ ერთხელ უსვამს ბევრად მაღალ ეკონომიკურ მაჩვენებელს წინა მთავრობის დროს.

¹¹⁰გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015

¹¹¹გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015

¹¹²გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015

წინასაარჩევნო დისკურსში იუმორის გამოყენების კიდეც ერთი მაგალითია გ. მარგველაშვილის მონაწილეობით გადაცემაში „არჩევანი“ შექმნილი სიტუაცია. წამყვანის დასმულ შეკითხვას - „როგორ აპირებთ ოპოზიციასთან თანამშრომლობას თუ თქვენ გახდებით პრეზიდენტი“ მოყვა ხმაურიანი შესწორება დარბაზიდან, რომ „თუ“ კი არა, „როცა“ ის გახდება პრეზიდენტი, რაზეც მარგველაშვილი სიცილით პასუხობს: „*ე. ი. ეს არი უკვე ჩვენი გრამატიკა... ახალი სინტაქსი*“, რასაც მოჰყვა ტაში დარბაზში. მოგვიანებით, კითხვის დასმისას, წამყვანი იმეორებს ამ ხუმრობას: „*თქვენი შიდაპარტიული გრამატიკით რომ ვისაუბროთ, როდესაც თქვენ გახდებით პრეზიდენტი... ამავე გრამატიკით, პირველ ტურში თქვენ უნდა გახდეთ პრეზიდენტი...*“¹¹³.

საინტერესოა ასევე ეპიზოდი, როდესაც გ. გაბუნია სვამს კითხვას, თუ რა მოსწონს მას ხელისუფლებაში. ბაქრაძის პასუხი: „*შეგვიძლია ობიექტურად ვისაუბროთ. მე არ მინდა ნამდვილად დაგვარგო ყველაფერი კარგი, რაც ამ ქვეყანაში ხდება და ამას მუდმივად ვიძახი, რომ თუ ამ ქვეყანაში რამე კარგი გაკეთდება, მე ამაში გვერდში დავუდგები ხელისუფლებას და დავეხმარები იმიტო, რომ ის კარგი, ის გაკეთებული დარჩება ამ ქვეყანაში, დარჩება ჩვენს ოჯახებში (ირიბად ამბობს, რომ მომავალში შეიძლება გაკეთდეს. შესაბამისად, იგულისხმება, რომ მისი აზრით ჯერ არაფერი კარგი არ გაკეთებულა). თორე, მაგის მეტი რა ვიცით. ჩვენ მოვედით დანგრეულ და დაქცეულ ქვეყანაში. ნეტა მაშინ რამე გაკეთებინა იმ წინა ხელისუფლებას. მაშინ რო ჩვენ 50 ლარი პენსია დაგვხვედროდა, დღეს 200 ლარი იქნებოდა პენსია. მაშინ რო ჩვენ გზები დაგვხვედროდა გაკეთებული, დღეს ამხელა თანხას არ დავხარჯავდით ამის გაკეთებაში და ქარხნებს ავაშენებდით...*“ - ამით დ. ბაქრაძე ამბობს, რომ „ქართულ ოცნებას“ ყველა პირობა დახვდა იმისთვის, რომ გააუმჯობესოს ქვეყნის მდგომარეობა, მაგრამ ამას არ აკეთებს.

„ქართული ოცნების“ მიერ განხორციელებულ დადებით ნაბიჯად ბაქრაძემ დაასახელა გლეხებისთვის დარიგებული მიწის ბარათები, თანხის ჩადება სოფლის დახმარებაში, თუმცა ეჭვქვეშ დააყენა ამ თანხის განაწილების სისწორე. მოსწონს

¹¹³არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.

საყოველთაო დაზღვევა, მაგრამ იქვე უპირისპირებს მის ცუდ მხარეს: „*კარგი იყო რომ გადავედით საყოველთაო დაზღვევაზე, მაგრამ ცუდია ის, რომ დღეს არსებული მდგომარეობით ძალიან დიდი პრობლემა შეექმნათ საავადმყოფოებს და ექიმებს...*“¹¹⁴. დ. ბაქრაძე აკრიტიკებს განათლების სამინისტროს პროგრამებს, ამით მის მთავარ ოპონენტს - გიორგი მარგველაშვილს, რომელიც იყო განათლების მინისტრი.

საკვლევ კორპუსზე მუშაობა გვარწმუნებს იმაში, რომ თანამედროვე პოლიტიკოსები კარგად იცნობენ როგორც მარკეტინგის, ისე რიტორიკის საკითხებს და საკმაოდ ეფექტურადაც მიმართავენ სხვადასხვა პერსუაზიულ ხერხს წინასაარჩევნო კამპანიის წარმართვისას.

3.3. პოლიტიკოსთა საჯარო გამოსვლების ტექსტობრივი ანალიზი

ბიძინა ივანიშვილის 2012 წლის 28 მაისს თავისუფლების მოედანზე წარმოთქმული სიტყვისა და 1963 წლის 28 აგვისტოს მარტინ ლუთერ კინგის ცნობილ გამოსვლის „I Have a Dream“¹¹⁵ ლინგვისტური ანალიზი

პოლიტიკური ტექსტი, როგორც უკვე არაერთხელ აღვნიშნეთ, სხვადასხვა ტიპისაა (ოფიციალურიდან დაწყებული საჯარო გამოსვლამდე) და ყოველი ტიპი თავის მხრივ ცალკე ქვეტიპებს შეიცავს. ამჯერად ჩვენ პოლიტიკურ ტექსტთან დაკავშირებით სამ ასპექტს წამოვწევთ წინ: ა) საჯარო პოლიტიკური გამოსვლის ტექსტობრივი ინსინუაციები; 2) საჯარო პოლიტიკური ტექსტის უნივერსალური და სპეციფიკური ყალიბები (ქართულ-ამერიკული ტექსტების შეპირისპირების საფუძველზე) და 3) უნივერსალიები თუ გლობალიზაციური პროგრამა.

¹¹⁴გადაცემა „არჩევანი“ - დავით ბაქრაძე - 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015

¹¹⁵Martin Luther King, Jr. 'I Have a Dream' <http://www.americanrhetoric.com/speeches/mlkihaveadream.htm> მოპოვებულია 19.12.2015

წინამდებარე თავს პუბლიცისტური დანიშნულებით გამოქვეყნებისას ჩვენ ასეთ სათაურს შევურჩევდით: „ქართული და ამერიკული ოცნება“, რადგან ამ ტექსტების შერჩევა შესაპირისპირებლად სწორედ რომ ამ ორი ტექსტისათვის ერთგვაროვნად საკვანძო ტერმინის „ოცნების“¹¹⁶ ერთიანობამ განაპირობა; სხვა მხრივ, ამ გამოსვლათა დისკურსი აბსოლუტურად განსხვავებულია ერთმანეთისაგან.

საქმე ეხება ბიძინა ივანიშვილის მიერ 2012 წლის 28 მაისს თავისუფლების მოედანზე წარმოთქმულ სიტყვას და 1963 წლის 28 აგვისტოს მარტინ ლუთერ კინგის ცნობილ გამოსვლას *‘I Have a Dream’*.

დავიწყოთ იმით, რომ ამ ორ გამოსვლას დროში ნახევარი საუკუნე (49 წელიწადი) ხოლო სივრცეში უზარმაზარი ოკეანე და ხმელეთი აშორებს. დისკურსული თვალსაზრისით კი სრულიად განსხვავებული ეთნოკულტურული და პოლიტიკური წარსული და აწმყო. ცხადია, დიდად საეჭვოა, რომ ერთი გამოსვლის „გამოცდილებამ“ იმუშაოს ესოდენ შორეულ გარემოში; ჩვენი მიზანია, შევამოწმოთ, ერთი მხრივ, რამდენად შემთხვევითი, ან პირიქით, გამიზნულია, მსგავსება, ხოლო მეორე მხრივ, რამდენად თანხვედრა ტექსტის ენობრივი გადაწყვეტა მსმენელზე ზემოქმედების მოხდენის ამოცანას (ორივე შემთხვევაში).

ბიძინა ივანიშვილის მიერ შექმნილი ახალი პარტიის „ქართული ოცნების“ სახელწოდებამ ქართულ საზოგადოებაში აზრთა სხვადასხვაობა გამოიწვია. საინტერესოა, საიდან გაჩნდა კოალიციისთვის ამ სახელის დარქმევის იდეა. პირველი, რაც „ოცნებასთან“ დაკავშირებით გვახსენდება არის ყველასთვის კარგად ნაცნობი „ამერიკული ოცნება“. შევეცდებით გავარკვიოთ, თუ რა კავშირშია ამერიკული ოცნება ქართულ ოცნებასთან და იხელმძღვანელეს თუ არა კოალიციის წევრებმა ამერიკული იდეებით.

ამერიკული ოცნება წარმოადგენს ამერიკის შეერთებული შტატების ეროვნულ თვითშეგნების, დემოკრატიის, თავისუფლებისა და თანაბარი შესაძლებლობების იდეას. მისი მნიშვნელობა სხვადასხვა პერიოდში სხვადასხვა რამეს უკავშირდებოდა. მაგალითად, მე-19 საუკუნეში, გერმანელებმა თავი დაადწიეს 1848 წლის რევოლუციას და თავი შეაფარეს ახალ სამყაროს, ამერიკას, რომელიც იმ დროისთვის იერარქიისა და

¹¹⁶ სიტყვების ეს კომბინაცია „ამერიკული ოცნება“ პირველად ახსენა ჯეიმს ადამსმა 1931 წელს

არისტოკრატიული საზოგადოებისგან თავისუფალ სამყაროს წარმოადგენდა. მოგვიანებით, 1849 წელს, კალიფორნიაში ოქროს აღმოჩენამ ამერიკა სწრაფი ცვლილებების ქვეყნად აქცია. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სიტყვების ეს კომბინაცია „ამერიკული ოცნება“ პირველად ახსენა ჯეიმს ადამსმა 1931 წელს გამოცემულ წიგნში „თქმულება ამერიკაზე“ (The Epic of America), მასში მწერალმა აღწერა ქვეყანა, სადაც ყველას ეძლევა საკუთარი თავის რეალიზების საშუალება. ამერიკული ოცნება გულისხმობს იმას, რომ ყველა, ვინც ბევრს შრომობს, აღწევს მიზანს. ამერიკული ოცნება ასევე უკავშირდება იმიგრანტების მისწრაფებას, იპოვონ სამუშაო და გაიუმჯობესონ საცხოვრებელი პირობები „ახალ მიწაზე“. უფრო მოგვიანებით, მარტინ ლუთერ კინგმა ამერიკულ ოცნებას ახალი მნიშვნელობა შესძინა - ამერიკა იქცა სამოქალაქო უფლებებისა და თანასწორობისთვის ბრძოლის ადგილად¹¹⁷. ამერიკული ოცნების თემა ბევრმა პოლიტიკოსმა გამოიყენა, მათ შორის ბენჯამინ ფრანკლინმა, აბრაამ ლინკოლნმა, ჰილარი კლინტონმა, ბარაკ ობამამ და სხვ.

რაც შეეხება „ქართულ ოცნებას“, სახელწოდებაც საკმარისია იმისთვის, რომ მივაგნოთ მისი წარმოშობის სათავეს. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომელიც ამყარებს ჩვენს ვარაუდს, არის მსგავსება 1963 წლის 28 აგვისტოს წარმოთქმულ მარტინ ლუთერ კინგის ცნობილ გამოსვლას „მე ვოცნებობ“ და ბიძინა ივანიშვილის 2012 წლის 28 მაისს თავისუფლების მოედანზე წარმოთქმულ სიტყვას შორის.

მარტინ ლუთერ კინგის სიტყვა გამოირჩევა ემოციების, მოტივაციისა და თავისუფლებისთვის ბრძოლის სულისკვეთების სისავსით. ის ეძღვნება ადამიანების უფლებებისთვის ბრძოლის თემას. რაც შეეხება ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლას, ეს არის წინასაარჩევნო ტექსტი. შეიძლება ითქვას, რომ თემატურად ეს ორი ტექსტი სრულიად განსხვავებულია. მოცემულ შემთხვევაში შევეცდებით ყურადღება გავამახვილოთ ტექსტის სტრუქტურასა და ლექსიკაზე. ტექსტის თვისობრივ ანალიზთან ერთად, საინტერესო იქნება კორპუსის ლინგვისტიკის ჩართვა კვლევის პროცესში, რადგან რაოდენობრივი ანალიზი კიდევ უფრო ნათლად დაგვანახებს მოცემულ ორ ტექსტს შორის არსებულ მსგავსებებსა თუ განსხვავებებს. გამოვიყენებთ კორპუსის ლინგვისტიკის კომპიუტერული კვლევის პროგრამას - AntConc-ს.

¹¹⁷https://en.wikipedia.org/wiki/American_Dream

მეცნიერები ამტკიცებენ, რომ არ არსებობს შეზღუდვა კორპუსის ზომასთან დაკავშირებით. ზოგიერთ კვლევაში გამოყენებულია მილიონობით სიტყვიანი კორპუსი, მაგრამ არსებობს კვლევები, რომლებშიც გაცილებით მცირე ზომის კორპუსია გაანალიზებული (Charteris-Black 2004; McEnery, Hardie 2012). იქედან გამომდინარე, რომ კორპუსის მოცულობა განისაზღვრება მისი მიზნებით, ჩვენ კი გვსურს ვიპოვოთ მსგავსება ამერიკელი და ქართველი პოლიტიკოსების გამოსვლებს შორის, საკვლევ კორპუსად ავირჩიეთ ეს ორი ტექსტი. კორპუსის ლინგვისტიკის გამოყენების მთავარი სიკეთე ამ შემთხვევაში არის ის, რომ, როგორც სტაბსი (Stubbs 2001: 25) ამბობს, ანალიტიკოსის მიერ შემოთავაზებული კლასიფიკაცია შესაძლოა ემპირიულად შემოწმდეს მკითხველის მიერ. ასევე, კორპუსის კვლევით ფასდება კლასიფიკაციის სიზუსტე.

ლუთერ კინგი შემდეგნაირად ესალმება ხალხს: *‘I am happy to join you today...’, ბ. ივანიშვილი: „ჩემო საყვარელო ხალხო, მოგესალმებით! ბედნიერი ვარ, რომ თქვენ გვერდით, საქართველოს მოქალაქეების, ჩვენი სამშობლოს გვერდით ვდგავარ!“. ინგლისურში ‘join you’ და ქართულში „გვერდში დგომა“ აძლიერებს ერთიანობის, სოლიდარობის განცდას აუდიტორიაში. ბიძინა ივანიშვილი ასე მიმართავს ხალხს:*

Concordance Hits: 3	
Hit	KWC
1	„ჩემო საყვარელო ხალხო, მოგესალმებით! ბედნიერი ვარ, რომ თქვენ გვერდით, საქართველოში, ყველა რეგიონს, ყველა სოფელს! ჩემო საყვარელო ხალხო, ჩემო თანამებრძოლებო! ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდეთ, თად ავისრულებთ ქართულ ოცნებას. ჩემო საყვარელო ხალხო! ჩვენი დღევანდელი შეხვედრის დასასრულს, კიდევ ერთხელ მ
2	
3	

ცხრილი 15. ბიძინა ივანიშვილის მიმართვა.

ორივე შემთხვევაში გამოყენებულია პირველი პირის ნაცვალსახელები მხოლოდობით რიცხვში (*‘I’, „ჩემი“*), რაც კიდევ უფრო აძლიერებს კავშირს აუდიტორიასა და სიტყვაში გამომსვლელებს შორის.

ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების ცხრილში ჩანს, რომ პირველი პირის ნაცვალსახელები ორივე გამოსვლაში დომინანტია:

Preferences Help					
Concordance	Concordance Plot	File	Concordance	Concordance Plot	File View
Word Types: 631			Word Types: 953		
Word Tokens:			Word Tokens:		
Rank	Freq	Word	Rank	Freq	Word
1	112	the	1	76	და
2	106	of	2	43	ჩვენ
3	62	to	3	30	ჩვენი
4	57	and	4	27	რომ
5	39	a	5	24	არ
6	34	be	6	17	დღეს
7	33	we	7	16	საქართველოს
8	27	will	8	14	ვიწყებთ
9	26	in	9	13	ამ
10	24	from	10	13	ეს
11	24	is	11	13	ჩემი
12	24	that	12	11	ყველა
13	22	this	13	10	ბრძოლას
14	21	as	14	10	უნდა
15	21	freedom	15	9	არის
16	18	have	16	9	ერთად
17	17	our	17	9	რათა
18	16	i	18	9	ქვეყნის

ცხრილი 16. ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვები ინგლისურ და ქართულ ტექსტში.

გამოსვლის დასაწყისში ლუთერ კინგი საუბრობს ამერიკელ გმირზე, გულისხმობს აბრაამ ლინკოლნს, რომელმაც ხელი მოაწერა ამერიკის განთავისუფლების პროკლამაციას: *‘Five score years ago, a great American, in whose symbolic shadow we stand today, signed the Emancipation Proclamation’*. სიმბოლურია ასევე ამ სიტყვის წარმოთქმის ადგილი, ეს არის ვაშინგტონი, აშშ-ს დედაქალაქი, აბრაამ ლინკოლნის მემორიალი, ადამიანის თანასწორი უფლებებისთვის ბრძოლის სიმბოლო.

ლუთერ კინგის მსგავსად, ბიძინა ივანიშვილიც იხსენებს გმირებს, კერძოდ, ქართველ გმირებს: „დღეს ჩვენ აქ შეგვკრიბა პასუხისმგებლობამ ჩვენი წარსულის, აწმყოსა და მომავლის წინაშე. ჩვენი ერთობა, ჩვენი სიმრავლე ადასტურებს იმას, რომ ფუჭად არ ჩაუვლია ჩვენი წინაპრების ბრძოლას და თავდადებას. გავიხსენოთ საქართველოს უკეთესი მომავლისთვის მებრძოლი გმირები. გავიხსენოთ, აი, აქ, ამ

მოედანთან ახლოს, 1989 წლის 9 აპრილს დაღუპულები. გავიხსენოთ ისინიც, ვინც შარშან 26 მაისის ღამეს ხელისუფლების გაუგონარი ძალადობის მსხვერპლი გახდნენ. მოდით, წუთიერი დუმილით პატივი მივაგოთ მათ ხსოვნას“.

მომენტი, როდესაც ივანიშვილი ამბობს: „*საქართველოს გარდა მე სხვა სამშობლო არ გამაჩნია! მე საქართველოს მოქალაქეობა თქვენ უკვე მომანიჭეთ! მე საქართველოს მოქალაქე ვარ, რადგან არავინ მიყვარს ისე, როგორც ჩემი ხალხი, ჩვენი საქართველო!*“, ივანიშვილი იმპლიციტურად გვახსენებს საქართველოს მოქალაქეობასთან არსებულ პრობლემებს. პირველი ფრაზა აღებულია მ. ლებანიძის ლექსის ფრაზიდან: „*არავითარი სხვა სამშობლო ამაზე მეტი არ გამაჩნია*“, რაც უფრო ემოციურს და დასამახსოვრებელს ხდის გამოსვლის დასაწყისს.

კიდევ ერთი საერთო ამ ორ გამოსვლაში არის ის, რომ ორივე მომხსენებელი იყენებს პირველი პირის ნაცვალსახელებს საკუთარ ოცნებებზე საუბრისას:

Concordance Hits 16	
Hit	KWIC
1	Martin Luther King, Jr. I Have a Dream delivered 28 August 1963, at the Lincoln Memorial, Washington D.C. Video Purch
2	below transcribed directly from audio. (2)] I am happy to join with you today in what will go down in history as the greatest
3	justice emerges. But there is something that I must say to my people, who stand on the warm threshold which leads into the palace of
4	and righteousness like a mighty stream." I am not unmindful that some of you have come here out of great trials and tribulations. Some
5	d. Let us not wallow in the valley of despair, I say to you today, my friends. And so even though we face the difficulties of today and
6	face the difficulties of today and tomorrow, I still have a dream. It is a dream deeply rooted in the American dream. I have a
7	ream deeply rooted in the American dream. I have a dream that one day this nation will rise up and live out the true meaning
8	self-evident, that all men are created equal." I have a dream that one day on the red hills of Georgia, the sons of former slaves
9	down together at the table of brotherhood. I have a dream that one day even the state of Mississippi, a state sweltering with the heat
10	ormed into an oasis of freedom and justice. I have a dream that my four little children will one day live in a nation where they
11	ir skin but by the content of their character. I have a dream today! I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious
12	ent of their character. I have a dream today! I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious racists, with its governor having
13	boys and white girls as sisters and brothers. I have a dream today! I have a dream that one day every valley shall be exalted, and
14	sisters and brothers. I have a dream today! I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hill and mountain shall
15	"2 This is our hope, and this is the faith that I go back to the South with. With this faith, we will be able to hew out of
16	try 'tis of thee, sweet land of liberty, of thee I sing. Land where my fathers died, land of the Pilgrim's pride, From every mountainside, let freed

ცხრილი 17: მარტინ ლუთერ კინგის მიერ გამოყენებული პირველი პირის ნაცვალსახელი.

Preferences Help	
Concordance Hits 15	
Hit	KWIC
1	ი პატივი მივაგოთ მათ ხსოვნას... ჩემი ოცნება ყოველთვის იყო ძლიერი, განვითარებული, ბედნიე
2	ებული, ბედნიერი საქართველო. ჩემი ოცნება იყო ქართული სახელმწიფო, როგორც თავისუფალი ა
3	ნალწიოს წარმატებას. ასეთი იყო ჩემი ოცნება და ასეთად რჩება დღესაც. მთელი ჩემი
4	პოლიტიკური კოალიცია „ქართული ოცნება“, ჩვენ შევძელით და მთელ საქართველოში შევქმე
5	თა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩემი ოცნებაა, დადგეს ის დღე, როდესაც
6	ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩემი ოცნებაა, დადგეს ის დღე, როდესაც ჩემი ოთხი
7	ი, თუ რას წარმოადგენენ ისინი! ჩვენი ოცნებაა, თითოეული ადამიანი იყოს სამშობლოს სამსახურ
8	ბედნიერი და წელგამართული. ჩვენი ოცნებაა, საქართველოში დაცული იყოს ადამიანის ყველა
9	ლი, ბიზნესი - ხელშეუხებელი. ჩვენი ოცნებაა, ჩვენს საამაყო ჯარისკაცებსა და პოლიციელებს
10	არა რომელიმე ხელისუფალს. ჩვენი ოცნებაა, ისეთი ქვეყანა, სადაც არავის აღარ დასჭირდე
11	ვლებიც უკან დაბრუნდებიან. ჩვენი ოცნებაა, ისეთი საქართველო, სადაც ჩვენი დევნილები თ
12	ხლებში შეძლებენ ცხოვრებას. ჩვენი ოცნებაა საერთოა - ქართველების, ოსების, აფხაზების,
13	მისაღები იქნება ყველასთვის! ჩვენი ოცნება ისეთი ქვეყნის შექმნაა, რომლითაც იამაყებენ ჩ
14	რვენი და მომავალი თაობები! ჩვენი ოცნებაა საქართველო იყოს თავისუფალი, დემოკრატიული,
15	ლს და ერთად ავისრულებთ ქართულ ოცნებას. ჩემო საყვარელო ხალხო! ჩვენი დღევანდელი შე

ცხრილი 18. ბიძინა ივანიშვილის მიერ გამოყენებული პირველი პირის ნაცვალსახელები ოცნებაზე საუბრისას.

ივანიშვილი ოთხჯერ ამბობს კუთვნილებით ნაცვალსახელს „ჩემი“ ცხრაჯერ „ჩვენი“, კინგი კი – სულ „მე“ ნაცვალსახელს ხმარობს. ეს კი მიუთითებს საკუთარი პასუხისმგებლობის ხარისხზე, ერთი მხრივ, და სხვათა რეკომენდირების სურვილზე, მეორე მხრივ.

„ოცნება“ ერთ-ერთი მთავარი სიტყვაა როგორც ივანიშვილის, ისე ლუთერ კინგის გამოსვლაში“. სწორედ ამ სიტყვით გახდა ყველაზე დასამახსოვრებელი კინგის ეს გამოსვლა. ბიძინა ივანიშვილმა კი მოცემულ გამოსვლაში ფაქტობრივად მოახდინა მისი ახლადშექმნილი კოალიციის სახელის პრეზენტაცია და იმის განმარტება, თუ რას გულისხმობს „ქართული ოცნება“.

ცხადია, რომ მარტინ ლუთერ კინგისა და ივანიშვილის „ოცნებები“ განსხვავებულია, მათი გამოსვლაც სრულიად განსხვავებულ მიზნებს ემსახურება. ლუთერ კინგი ოცნებობდა თანასწორუფლებიან, მონობისგან გათავისუფლებულ ამერიკაზე, ქვეყანაზე, სადაც ადამიანებს არ განსჯიდნენ კანის ფერის მიხედვით, სადაც ერთმანეთის გვერდიგვერდ იცხოვრებდნენ შავკანიანი და თეთრკანიანი, სადაც ყველანი ერთად იბრძოლებდნენ თავისუფლებისთვის.

ბიძინა ივანიშვილი კი ოცნებობს ძლიერ, განვითარებულ, ბედნიერ საქართველოზე, თავისუფალი ადამიანების საზოგადოებაზე, სადაც ყველას აქვს შესაძლებლობა „საკუთარი ნიჭითა და შრომით მიაღწიოს წარმატებას“. ეს უკანასკნელი ზუსტად იმეორებს „ამერიკული ოცნების“ არსს.

Concordance Hits 12	
Hit	KWIC
1	Martin Luther King, Jr. I Have a Dream delivered 28 August 1963, at the Lincoln Memorial, Washington D.C. Video I
2	culties of today and tomorrow, I still have a dream . It is a dream deeply rooted in the American dream. I have a dream that one c
3	ay and tomorrow, I still have a dream. It is a dream deeply rooted in the American dream. I have a dream that one day this nation
4	It is a dream deeply rooted in the American dream . I have a dream that one day this nation will rise up and live out the true
5	eply rooted in the American dream. I have a dream that one day this nation will rise up and live out the true meaning of its creed
6	ent, that all men are created equal." I have a dream that one day on the red hills of Georgia, the sons of former slaves and the so
7	gether at the table of brotherhood. I have a dream that one day even the state of Mississippi, a state sweltering with the heat of
8	nto an oasis of freedom and justice. I have a dream that my four little children will one day live in a nation where they will not be
9	ut by the content of their character. I have a dream today! I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious racists,
10	eir character. I have a dream today! I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious racists, with its governor havi
11	I white girls as sisters and brothers. I have a dream today! I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hi
12	and brothers. I have a dream today! I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hill and mountain shall t

ცხრილი 19. მარტინ ლუთერ კინგის მიერ გამოყენებული სიტყვა „ოცნება“.

კიდევ ერთი ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვაა „დღეს“, რომლის შესატყვისი ფრაზა ლუთერ კინგის გამოსვლაში არის ‘today’ და ‘now’:

Concordance Hits 19	
Hit	KWIC
1	დემოკრატიული საქართველოსთვის! დღეს ჩვენ აქ შეგვეკრიბა პასუხისმგებლობა ჩვენი წარსულის, აწმყოსა და მომავლის წინ.
2	თი იყო ჩემი ოცნება და ასეთად რჩება დღესაც. მთელი ჩემი ცხოვრება, შეძლებისდაგვარად, ვცდილობდი, ვყოფილიყავი არა რო
3	ჩიხიდან მეორე ჩიხში შედიოდა. ასეა დღესაც, ამ მოჯადოებულ წრეში ტრიალი უკვე კრიტიკულ ზღვრამდე მივიდა. სამწუხარო
4	ულ ზღვრამდე მივიდა. სამწუხაროდ, დღეს ჩვენ გვყავს უგუნური მმართველი, რომელიც დღითი დღე კარგავს საღ აზრს!
5	რდა არგუმენტი აღარ დარჩენია. ჩვენ დღეს ვიწყებთ წინასაარჩევნო კამპანიას და მე ბედნიერი ვარ, რომ ამ ბრძოლაში
6	ა, არამედ საქართველოს გამარჯვება. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ შევეთრად შევეცვალოთ საქართველოს თითო
7	უპირებულება, ეს უნდა დასრულდეს! დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და სა
8	ლმწიფოს უპირველესი მოვალეობაა. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას, რათა დავძლიოთ ჯანდაცვის სისტემაში შექმნილი კატასტ
9	ბი, ძვირია ოპერაციის გაკეთება. ჩვენ დღეს პირველები ვართ ევროპასა და პოსტსაბჭოთა სივრცეში მოზარდთა სიკვდილიანობი
10	ი მოზარდთა სიკვდილიანობით, ჩვენ დღეს პირველები ვართ დედათა და 5 წლამდე ბავშვთა სიკვდილიანობით. ჩვენი პოლიტ
11	ისი დაპირების ფასიც კარგად ვიცით. დღეს ჩვენ ვიწყებთ, რათა ისე შევეცვალოთ ქვეყნის მართვა, რომ უმოკლეს დროში
12	ი თუ პოლიტიკური მოტივების გამო. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილი
13	ლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილი და წელში გატეხილია. გლეხს აკლია ტექნიკა, თესლი, აკლია
14	ი სოფლის მეურნეობაზე მოდიოდეს. დღეს საქმე იჭამდა მისული, რომ ხშირად გლეხს გადასახადისა და სხვა ხარჯების
15	და გადაფართ ეს პრობლემები. ჩვენ დღეს ვიწყებთ, რათა ხვალ საქართველოსა და მთელი მისი მოსახლეობის მდგომარეობა
16	ერ გააკეთებს. მეც ასე მეგონა, თუმცა დღეს დავრწმუნდი, რომ გამბედაობაზე და შიშის დათრგუნვაზე ლაპარაკი იმ ხალხთან, ი
17	იკოსებისგან გაწვილებული. ამიტომ დღეს, პირველ რიგში, თქვენი ნდობა გვაქვს მოსაპოვებელი. ამჯერად თქვენი იმედი არ
18	ნს გვერდით ვიქნებით ბოლომდე. და დღეს, აქ, საზეიმოდ, მე გაირდებით, რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა
19	ა გითხრათ ყველას აქ მოსვლისთვის. დღეს ჩვენ დავიწყებთ საარჩევნო კამპანიას, დავიწყებთ თქვენთან ერთად. ხვალიდან სრული

ცხრილი 20. ბ. ივანიშვილის მიერ გამოყენებული სიტყვა „დღეს“.

Concordance Hits 9	
Hit	KWIC
1	from audio. (2)] I am happy to join with you today in what will go down in history as the greatest demonstration for freedom in the histor
2	erican, in whose symbolic shadow we stand today , signed the Emancipation Proclamation. This momentous decree came as a great beacc
3	le in his own land. And so we've come here today to dramatize a shameful condition. In a sense we've come to our nation's capital to
4	and the pursuit of Happiness." It is obvious today that America has defaulted on this promissory note, insofar as her citizens of color are
5	others, as evidenced by their presence here today , have come to realize that their destiny is tied up with our destiny. And they have come
6	wallow in the valley of despair, I say to you today , my friends. And so even though we face the difficulties of today and tomorrow, I still h
7	nd so even though we face the difficulties of today and tomorrow, I still have a dream. It is a dream deeply rooted in the American dream.
8	ve content of their character, I have a dream today ! I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious racists, with its govern
9	girls as sisters and brothers. I have a dream today ! I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hill and mountain

Concordance Hits 6	
Hit	KWIC
1	to remind America of the fierce urgency of Now . This is no time to engage in the luxury of cooling off or to take the tranquilizing
2	o take the tranquilizing drug of gradualism. Now is the time to make real the promises of democracy. Now is the time to rise from
3	he to make real the promises of democracy. Now is the time to rise from the dark and desolate valley of segregation to the sunlit p
4	gregation to the sunlit path of racial justice. Now is the time to lift our nation from the quicksands of racial injustice to the solid roc
5	al injustice to the solid rock of brotherhood. Now is the time to make justice a reality for all of God's children. It would be
6	he Negro needed to blow off steam and will now be content will have a rude awakening if the nation returns to business as usual. A

ცხრილი 21. ლუთერ კინგის მიერ გამოყენებული სიტყვები 'today' და 'now'.

ორივე ტექსტი გამსჭვალულია საბრძოლო სულისკვეთებით. მარტინ ლუთერ კინგი ხალხს მოუწოდებს ერთად იბრძოლონ თავისუფლებისთვის. ბიძინა ივანიშვილის მთავარი გზავნილი არჩევნებში გამარჯვებისთვის ბრძოლაა. შესაბამისად, ყველაზე ხშირად გვხვდება სიტყვები - „გამარჯვება“, „ვიწყებთ“, „ბრძოლა“ და ა. შ.

Concordance Hits 11	
Hit	KWIC
1	საკითხია ჩვენი ქვეყნისთვის: ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! თუმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ
2	ყნისთვის ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! თუმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ კმარა, გამარჯვებისთ
3	, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ კმარა, გამარჯვებისთვის არ კმარა თავდადებული შრომაც კი,
4	არ კმარა თავდადებული შრომაც კი, გამარჯვებისთვის არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა,
5	არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა, გამარჯვებისთვის აუცილებელია კარგად გააზრებული, მკაფი
6	აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება! გასული წვიმი თვის განმავლობა
7	არა ვინმეს დამარცხება, არამედ საქართველოს გამარჯვება. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის,
8	გვწამს და მტკიცედ გვჯერა, რომ გავიმარჯვებთ არჩევნებში, საქართველო გაიმარჯვებს, ქართვე
9	ვერა, რომ გავიმარჯვებთ არჩევნებში, საქართველო გაიმარჯვებს, ქართველი ხალხი გაიმარჯვებს, ჩვენ ერთად
10	ვნებში, საქართველო გაიმარჯვებს, ქართველი ხალხი გაიმარჯვებს, ჩვენ ერთად შევექმნით უკეთეს მომავალს
11	გპირდებით!!! გვახსოვდეს, შემოდგომაზე არჩევნებში გამარჯვებით ჩვენი ოცნებების ასრულება იწყება!!!

ცხრილი 22. სიტყვა „გამარჯვება“ ბ. ივანიშვილის ტექსტში.

Concordance Hits 14	
Hit	KWIC
1	ელს! ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსთვის! დღეს ჩვენ
2	რეზოლუციის აღარ დარჩენია. ჩვენ დღეს ვიწყებთ წინასაარჩევნო კამპანიას და მუ ბედნიერი ვარ, რომ ამ ბრძოლაში თქვენ
3	საქართველოს გამარჯვება. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევცვალოთ საქართველოს თითოეული
4	ია. ეს უნდა დასრულდეს! დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და საზრუნავი
5	ანასწორი იყოს კანონის წინაშე. ჩვენ ვიწყებთ, რათა დავამკვიდროთ თავისუფალი ბიზნესგარემო, ხელი შევუწყოთ მეწარმე
6	შობლოში და არა სადმე სხვაგან. ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სამართლიანი სასამართლოსთვის და სამართალდამცავი სტრუქტურ
7	მართალი დავუბრუნოთ ხალხს. ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას საქართველოს გაერთიანებისთვის, რათა გამოვლიანებული, დემოკრ
8	უპირველესი მოვალეობაა. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას, რათა დავძლიოთ ჯანდაცვის სისტემაში შექმნილი კატასტროფულ
9	ების ფასიც კარგად ვიცით. დღეს ჩვენ ვიწყებთ, რათა ისე შევცვალოთ ქვეყნის მართვა, რომ უმოკლეს დროში ყველა მოქალა
10	ჩიტიკური მოტივების გამო. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილი და წელ
11	და ქვეყანაც წელში გაიმართება. ჩვენ ვიწყებთ, რათა პენსიონერებს პჭონდეთ ისეთი პენსია, რომ ღირსეულად ცხოვრება შეე
12	დავჭრათ ეს პრობლემები. ჩვენ დღეს ვიწყებთ, რათა ხეალ საქართველოსა და მთელი მისი მოსახლეობის მდგომარეობა შეე
13	რთლიანობისა და თანასწორობისკენ. ვიწყებთ სრულფასოვან საარჩევნო კამპანიას და უკვე ინტენსიურად ვმუშაობთ ჩვენს
14	დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას! ჩვენ ვიწყებთ დღეიდან, რადგან ჩვენ გვწამს და მტკიცედ გვჯერა, რომ გაიმარჯვებთ არჩე

ცხრილი 23. სიტყვა „ვიწყებთ“ ბ. ივანიშვილის ტექსტში.

Concordance Hits 18	
Hit	KWIC
1	ნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსთვის! დღეს ჩვენ ა
2	უჭად არ ჩაუვლია ჩვენი წინაპრების ბრძოლას და თავდადებას. გავიხსენოთ საქართველოს უკეთესი მომავლისთვის
3	თველოს უკეთესი მომავლისთვის მებრძოლი გმირები. გავიხსენოთ, აი, აქ, ამ მოედანთან ახლოს, 1989 წლის 9 აპრილ
4	ვ, პოლიტიკაში ყოფნა, პოლიტიკური ბრძოლა მმართველი რეჟიმის შესაცვლელად, ჩემი სურვილი კი არ არის, არამე
5	ეგმოს, რაც არ უნდა მოიმოქმედოს, ეს ბრძოლა აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება! გ
6	ფონზე. ჩვენ ეს შევძელით, რადგან ამ ბრძოლაში ჩვენ მხარესაა ქართველი ხალხის ნება, რომელსაც არ სჩვევია მონო
7	ამპანიას და მუ ბედნიერი ვარ, რომ ამ ბრძოლაში თქვენ გვერდით ვარ, საქართველოს მოქალაქეების გვერდით, სამშო
8	ლოს გამარჯვება. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევცვალოთ საქართველოს თითოეული მო
9	და დასრულდეს! დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და საზრუნავი გ
10	ა და არა სადმე სხვაგან. ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სამართლიანი სასამართლოსთვის და სამართალდამცავი სტრუქტურ
11	ი დავუბრუნოთ ხალხს. ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას საქართველოს გაერთიანებისთვის, რათა გამოვლიანებული, დემოკრა
12	ესი მოვალეობაა. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას, რათა დავძლიოთ ჯანდაცვის სისტემაში შექმნილი კატასტროფული
13	მოტივების გამო. დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილი და წელ
14	ხედ, მუ გაირდებათ, რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩე
15	ჩემო საყვარელო ხალხო, ჩემო თანამებრძოლებო! ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომ
16	თ ხალხო, ჩემო თანამებრძოლებო! ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ა
17	ხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას! ჩვენ ვიწყებთ დღეიდან, რადგან ჩვენ გვწამს და მტკიცედ გვჯერა, რ
18	ავთ! ჩვენ აუცილებლად მოვიგებთ ამ ბრძოლას, გაირდებით!!! გვახსოვდეს, შემოდგომაზე არჩევნებში გამარჯვებით

ცხრილი 24. სიტყვა „ბრძოლა“ ბ. ივანიშვილის ტექსტში.

ორივე გამოსვლაში ხაზგასმულია ერთიანობის აუცილებლობა, ერთად ბრძოლის მნიშვნელობა:

Concordance Hits 9	
Hit	KWIC
1	ქართველო! ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოს
2	ვის შრომის ფასიც ვიცო, სწავლასთან ერთად მუშაობის სიმძიმეც გამომიცდია. მძიმე შრომის ფასად ბიზნესში დიდ
3	კიდგენთ ჩვენს გეგმებს და თქვენთან ერთად, თქვენი თანამონაწილეობით მივცემთ საბოლოო სახეს საქართველოს
4	რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩემი ოცნებაა, დადგეს
5	ილებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება! ჩემი ოცნებაა, დადგეს ის დღე, როდესაც ჩემ
6	ენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას! ჩვენ ვიწყებთ დღეიდან, რადგან ჩვენ
7	ქართველი ხალხი გაიმარჯვებს, ჩვენ ერთად შევქმნით უკეთეს მომავალს და ერთად ავისრულებთ ქართულ ოცნებ
8	თად შევქმნით უკეთეს მომავალს და ერთად ავისრულებთ ქართულ ოცნებას. ჩემო საყვარელო ხალხო! ჩვენი დღევ
9	ჩვენო კამპანია, დავიწყეთ თქვენთან ერთად, ხვალიდან სრული დატვირთვით ამოქმედდება ჩვენი შტაბები - ყველ

Concordance Hits: 7	
Hit	KWIC
1	the sons of former slave owners will be able to sit down together at the table of brotherhood. I have a dream that one day even the state of Missis
2	glory of the Lord shall be revealed and all flesh shall see it together .” ² This is our hope, and this is the faith that I go back to the South with.
3	ny of brotherhood. With this faith, we will be able to work together , to pray together, to struggle together, to go to jail together, to stand up for free
4	d. With this faith, we will be able to work together, to pray together , to struggle together, to go to jail together, to stand up for freedom together, kn
5	will be able to work together, to pray together, to struggle together , to go to jail together, to stand up for freedom together, knowing that we will be
6	gether, to pray together, to struggle together, to go to jail together , to stand up for freedom together, knowing that we will be free one day. And thi
7	le together, to go to jail together, to stand up for freedom together , knowing that we will be free one day. And this will be the day – this will be

ცხრილი 25. სიტყვები „ერთად“ და ‘together’ ბ. ივანიშვილისა და ლ. კინგის გამოსვლებში.

მარტინ ლუთერ კინგის გამოსვლა გამოირჩევა ლექსიკის მრავალფეროვნებით, დახვეწილი ენით. კინგს მოყავს ციტატები დამოუკიდებლობის დეკლარაციიდან და ბიბლიიდან: ‘*This note was a promise that all men, yes, black men as well as white men, would be guaranteed the ‘unalienable Rights’ of ‘Life, Liberty and the pursuit of Happiness’ (ამერიკის დამოუკიდებლობის დეკლარაცია)* ან მაგალითად, ‘*No, no, we are not satisfied, and we will not be satisfied until ‘justice rolls down like waters, and righteousness like a mighty stream’ (ამოსი 5:24), ‘I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hill and mountain shall be made low, the rough places will be made plain, and the crooked places will be made straight; ‘and the glory of the Lord shall be revealed and all flesh shall see it together’ (ესაია 40:4).*

ლუთერ კინგი იყენებს ბევრ ხატოვან გამონათქვამს, რაც კიდევ უფრო მეტ სიმძაფრესა და ემოციურ ელფერს სძენს მის გამოსვლას: ‘*This momentous decree came as a great beaconlight of hope (იმედის შუქურა) to millions of Negro slaves who had been seared in the flames of withering injustice (იწვოდნენ მძუტავი უსამართლობის ალით).* It came as a joyous daybreak to end the long night of their captivity’ (ბედნიერი განთიადი, როგორც მათი ტყვეობის გრძელი ღამის დასასრული). „**მხიარული განთიადისა**“ და „**გრძელი ღამის**“ შეპირისპირებით, ლუთერ კინგი ნათლად გვაჩვენებს იმ სიხარულს, რაც ახლავს ტყვეობიდან გათავისუფლებას. ‘*We refuse to believe that there are insufficient funds in the great vaults of opportunity of this nation’ (ერის შესაძლებლობების საცავი), ‘We have also come to this hallowed spot to remind America of the fierce urgency of Now’.* სიტყვა ‘Now’ მოცემულია დიდი ასოთი, რაც კიდევ უფრო ამძაფრებს კინგის მოწოდებას, რომ სწორედ „ახლა“ დადგა ცვლილებების დრო. ‘*Now is the time to rise from the dark and desolate valley of segregation to the sunlit path of racial justice’ (ახლა არის დრო გადავინაცვლოთ*

სეგრეგაციის მიტოვებული ხეობიდან რასისტული სამართლიანობის ძვით განათებულ ბილიკზე“). *‘This sweltering summer of the Negro’s legitimate discontent (შავკანიანების ლეგიტიმური უკმაყოფილების მზუთავი ზაფხული) will not pass until there is an invigorating autumn of freedom and equality (თავისუფლებისა და თანასწორობის შემოდგომა). The whirlwinds of revolt (რევოლუციის ქარიშხლები) will continue to shake the foundations of our nation until the bright day of justice (სამართლიანობის ნათელი დღეები) emerges. „I have a dream that one day even the state of Mississippi, a state sweltering with the heat of injustice (უ სამართლობის სიცხისგან მოთენთილი), sweltering with the heat of oppression (ჩაგვრისგან ჩახუთული), will be transformed into an oasis of freedom and justice (გადაიქცევა თავისუფლებისა და სამართლიანობის ოაზისად)’* და მრავალი სვა მაგალითი.

ბ. ივანიშვილის გამოსვლა დატვირთულია არჩევნებთან დაკავშირებული მეტაფორებით. არჩევნები ასოცირდება ბრძოლასთან, რომელიც იწყება „დღეს“ და რომლის მიზანია „არა ვინმეს დამარცხება, არამედ საქართველოს გამარჯვება“:

- თავის წინასაარჩევნო გამოსვლაში, ბიძინა ივანიშვილი ხაზს უსვამს იმას, რომ არჩევნები ბრძოლაა, რომელშიც ყველამ ერთად უნდა მიიღოს მონაწილეობა: „ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსთვის!“

- „საპარლამენტო არჩევნები, რომელიც შემოდგომაზე უნდა გაიმართოს, ყოფნა-არყოფნის საკითხია ჩვენი ქვეყნისთვის: ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! თუმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ კმარა, გამარჯვებისთვის არ კმარა თავდადებული შრომაც კი, გამარჯვებისთვის არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა, გამარჯვებისთვის აუცილებელია კარგად გააზრებული, მკაფიო გეგმა, რომელიც სურვილსაც, თავგანწირვასაც და შრომასაც ერთიან კალაპოტში მოაქცევს და ერთი მიზნისკენ მიმართავს“.

- „ხელისუფლებამ რაც არ უნდა დაგეგმოს, რაც არ უნდა მოიმოქმედოს, ეს ბრძოლა აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება!“

- „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევცვალოთ საქართველოს თითოეული მოქალაქის ცხოვრება უკეთესობისკენ“.

- „დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და საზრუნავი გახდეს ადამიანი და რომ ყველა მოქალაქე თანასწორი იყოს კანონის წინაშე“.

- „და დღეს, აქ, საზეიმოდ, მე გპირდებით, რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება!“

- „ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას!“

- „ჩვენ აუცილებლად მოვიგებთ ამ ბრძოლას, გპირდებით!!!“

ორივე გამოსვლის მნიშვნელოვანი მახასიათებელია მათი ემოციური ხასიათი, რაც მნიშვნელოვანწილად განაპირობა როგორც ენობრივი, ისე არავერბალური ანუ პარალინგვისტური ხერხების სიმრავლემ - ხმის ტემბრმა, რიტმმა, კონკრეტულ სიტყვებზე გაკეთებულმა მახვილმა, ალიტერაციამ, სახის გამომეტყველებამ, აქცენტმა, გამეორებებმა, სხეულის ენამ და ა. შ.

თანამედროვე ქართული რიტორიკული მოდელების შესწავლის გზაზე გარკვეული ნაბიჯები უკვე გადადგმულია; კვლევათა საფუძველზე უკვე აღინიშნა, რომ რიტორიკაში გლობალიზაციური პოლიტიკური სქემების მექანიკური ტრანზაქცია საკმარისი არ არის სასურველი შედეგის მისაღებად. ნებისმიერი სქემა პრაგმატულია, მაგრამ – მეტისმეტად ზოგადი, რის გამოც ბოლომდე ვერ ითვალისწინებს ადამიანურ სუბიექტივიზმს ემოციური კონტაქტის, ორატორისადმი სიმპათია–ანტიპათიის გამოწვევის თვალსაზრისით (თურქია 2011: 104–105).

ედვარდ სეპირი აღნიშნავს, რომ „ორი სხვადასხვა ენა არასოდესაა იმდენად მსგავსი, რომ შესაძლებელი იყოს მათი მიჩნევა ერთი და იმავე სოციალური რეალობის ასახვის საშუალებად. სამყაროები, რომლებშიაც ცხოვრობენ სხვადასხვაგვარი საზოგადოებები - ეს განსხვავებული სამყაროებია, და არა ერთი და იგივე სამყარო მისთვის მიკუთვნებული სხვადასხვა იარლიყით“ (Сепир 2003: 131).

ცხადია, ჩვენთვის მნიშვნელოვანია განვსაზღვროთ: როგორია ქართული მჭევრმეტყველებითი აზროვნება და რამდენად განსაზღვრავს საზოგადოებისა და

ორატორის ურთიერთსიმპათიას კომუნიკაციის აქტის დაფუძნება „საკუთარ“ ან „უცხოურ“ რიტორიკულ მოდელზე.

ქართული რიტორიკული მოდელის სრულყოფილი დახასიათებისათვის ფართო კვლევებია ჩასატარებელი; თუმცა, უკვე შეიძლება ამ მოდელის ზოგი თავისებურების აღნიშვნა.

„ქართული პუბლიცისტიკის საუკეთესო ნიმუშების შესწავლისას ყურადღებას იქცევს ტექსტის შესავალი და დასკვნითი ნაწილები“ (ტაბიძე 2005: 32-41). ვფიქრობთ, ბოლო დროს შემცირდა საკუთრივ ქართული რიტორიკული თავისებურებების კვლევა და გათვალისწინება პოლიტიკური ტექსტის დამუშავებისას, და ძირითადი აქცენტი პოლიტიკური თავისუფლების თვალსაზრისით ჩვენზე უფრო გამოცდილი უცხო ქვეყნების ზოგადი სქემების გამოყენებაზე გადავიდა. ჩვენი ნაშრომი ერთ-ერთ მიზნად იმასაც ისახავს, რომ შეამოწმოს, რამდენად შედეგიანია ეს არჩევანი.

კვლევის საფუძველზე, ერთი რამ დაზუსტებით შეიძლება ვთქვათ. ქართველი პოლიტიკური მარკეტოლოგები მიმართავენ სხვა ქვეყნების გამოცდილებას, და საკმაოდ დიდი ყურადღება ეთმობა ტექსტებზე მუშაობას. ფაქტია, რომ ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის შედგენისას ნამდვილად ხელმძღვანელობდნენ მარტინ ლუთერ კინგის ცნობილი გამოსვლის ტექსტით, რაც საკმაოდ ეფექტური აღმოჩნდა მსმენელზე შთაბეჭდილების მოხდენის თვალსაზრისით. „ქართული ოცნება“ სათავეს სწორედ „ამერიკული ოცნებიდან“ იღებს.

დასკვნითი დებულებები

ნაშრომში მიმოვიხილეთ ენისა და ძალაუფლების ურთიერთმიმართება, განვსაზღვრეთ ენის როლი რეალობის სოციალურ კონსტრუქციაში, პოლიტიკური მარკეტინგის ძირითადი მახასიათებლებისა და მათი ეფექტიანი გამოყენებისთვის საჭირო ხერხები. შევეცადეთ გამოგვეყენებინა კრიტიკული დისკურსის ანალიზი წინასაარჩევნო პოლიტიკური ტექსტების განხილვისას.

როგორც მოსალოდნელი იყო, დადასტურდა, რომ პოლიტიკური რიტორიკული ტექსტის ყველაზე ნიშანდობლივ მახასიათებელს მეტაფორა წარმოადგენს. რადგან მეტაფორას აქვს უნარი გააღვიძოს ემოციები, ის ხშირად გამოიყენება დარწმუნების ენაში. მაგრამ კონკრეტული მეტაფორის ეფექტი დამოკიდებულია ენის გამოყენებლის ლინგვისტურ და პრაგმატულ ცნობიერებაზე. იქედან გამომდინარე, რომ კპა იკვლევს დისკურსის როლს სოციალური თანასწორობის შექმნაში, ჩნდება კითხვა, მონაწილეობენ თუ არა მეტაფორები საზოგადოებრივი აზრის კონსტრუქციაში და რა კავშირი შეიძლება მათ ჰქონდეთ კრიტიკული დისკურსის ანალიზთან.

ნაშრომში შევეცადეთ გავგანალიზებინა ქართული წინასაარჩევნო დისკურსი. საკვლევ კორპუსად შევარჩიეთ 2012 წლის 1 ოქტომბრის საპარლამენტო, 2013 წლის საპრეზიდენტო და 2014 წლის თვითმმართველობის არჩევნების მონაწილე პოლიტიკოსების წინასაარჩევნო გამოსვლები. კორპუსის ძირითად ნაწილს შეადგენს ვიდეომასალა. ასევე, გავანალიზეთ რამდენიმე ტექსტი, რისთვისაც რიგ შემთხვევებში გამოვიყენეთ კორპუსის კვლევის კომპიუტერული პროგრამა - AntConc-ი.

ჩვენ მიერ შერჩეული წინასაარჩევნო კორპუსის ანალიზის შედეგად გამოვყავით არჩევნებთან დაკავშირებული შემდეგი მეტაფორები:

-**არჩევნები (პოლიტიკა) ბრძოლაა.** ბრძოლას უკავშირდება ისეთი ლექსიკური ერთეულები, როგორიცაა გამარჯვება, დამარცხება, გამირი, თავგანწირვა და ა. შ.

-**არჩევნები თამაშია/სპორტია/შეჯიბრია.** ამ მეტაფორას უკავშირდება ისეთი ლექსიკური ერთეულები, როგორიცაა გუნდი, დამარცხება, გამარჯვება, კენჭისყრა და ა. შ.

-ზოგიერთ შემთხვევაში **არჩევნებთან ასოცირდება როგორც თამაში, ისე ომი, ბრძოლა.** ამ მეტაფორასთან ასოცირდება სიტყვები: მოგება, წაგება, სტრატეგია, ტაქტიკა. მაგ.:

-**არჩევნები გამოცდაა, ტესტია;**

-**არჩევნები სასამართლო პროცესია;**

არჩევნებთან ასოცირებული მეტაფორების გარდა, აღმოვაჩინეთ რამდენიმე სხვა მეტაფორაც. მაგალითად, **კამათი ომია, ქვეყანა არის შენობა, ცხოვრება ბრძოლაა/თამაშია, რომელშიც იმარჯვებ ან მარცხდები, სამშობლო - ბატონია, მბრძანებელია, სოფელი/ქვეყანა - წაქცეული, წელში გატეხილი ადამიანი, ეკონომიკა მცენარეა, ცხოვრება - მოგზაურობაა** და სხვ.

საკვლევ კორპუსში გამოიკვეთა ასევე პოლიტიკოსების მიერ მორგებული ლაკოფისეული „მზრუნველი მამის“ როლი.

კვლევის დასასრულს, ერთმანეთს შევადარეთ ჩვენში ბოლო დროის არჩევნების წამყვანი პოლიტიკური ძალების - „ქართული ოცნებისა“ და „ნაციონალური მოძრაობის“ „ქართული ოცნების“ პოლიტიკური დისკურსი. ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების სიით თუ ვიმსჯელებთ, ლიდერობს პირველი პირის მრავლობითი რიცხვის ნაცვალსახელი - „ჩვენ“ და „ჩვენი“, ასევე სიტყვა „ერთად“. ეს ტენდენცია მიუთითებს იმაზე, რომ „ქართული ოცნების“ ლიდერები არა ინდივიდუალურად, არამედ გუნდურად აპირებდნენ „ბრძოლას“ და არჩევნების მოგებას. რაც შეეხება „ნაციონალურ მოძრაობას“, მისი ლიდერების მიერ ყველაზე ხშირად გამოყენებული სიტყვების სიაში ლიდერობს შემდეგი პირველი პირის ნაცვალსახელები: „ჩემთვის“, „ჩვენ“ და „მე“. გამოყენებული ნაცვალსახელების მიხედვით შეიძლება დავასკვნათ, რომ „ნაციონალური მოძრაობის“ კანდიდატები უფრო ინდივიდუალურ ქმედებებზე იყვნენ ორიენტირებული.

ნაშრომში ასევე გავაანალიზეთ, თუ როგორ და რა სტრატეგიებით ახორციელებენ პოლიტიკოსები მოწინააღმდეგე მხარის ნეგატიურად წარმოჩინებას და პირიქით, საკუთარი თავის თუ პარტიის პოზიტიურად პრეზენტაციას. მიმოვიხილეთ კრიტიკული დისკურსის ანალიზის როლი კვლევის პროცესის წარმართვაში, ასევე განვიხილეთ რ. ვოდაკისეული დისკურსის ისტორიული ანალიზი ძალაუფლების გამოყენების, იდეოლოგიის პროპაგანდისა და სუსტი ჯგუფების მანიპულაციის საკითხებთან დაკავშირებით, და შევეცადეთ განგვესაზღვრა ქართული პოლიტიკური დისკურსის შესაბამისობა ვოდაკისეულ მოდელებთან.

საკვლევ კორპუსზე მუშაობა გვარწმუნებს, რომ თანამედროვე პოლიტიკოსები კარგად იცნობენ როგორც მარკეტინგის, ისე რიტორიკის საკითხებს და საკმაოდ ეფექტურადაც მიმართავენ სხვადასხვა პერსუაზიულ ხერხს წინასაარჩევნო კამპანიის წარმართვისას. ასევე, დაზუსტებით შეიძლება ვთქვათ, რომ ქართველი პოლიტიკური მარკეტოლოგები აქტიურად იყენებენ სხვა ქვეყნების გამოცდილებას (სამწუხაროდ, ზოგჯერ ქართული რეალობის გაუთვალისწინებლად), და წინასაარჩევნო კამპანიის დროს დიდ ყურადღებას უთმობენ ე.წ. პიარტექსტებზე მუშაობას.

დამოწმებული ლიტერატურა

1. **ადეიშვილი 2013:** ადეიშვილი, ქ. არგუმენტაცია პოლიტიკურ დისკურსში (შეპირისპირებითი ანალიზი ფრანგული და ქართული ენების მასალაზე), ხელმძღვანელი პროფ. მ. დოხტურიშვილი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი. თბილისი, 2013;
2. **თურქია 2011:** თურქია, თ. ესეს შესავლის დისკურსული ანალიზისათვის (აკადემიური წერის პრობლემატიკისათვის ქართული უმაღლესი განათლების სისტემაში) „ლინგვისტური ქართველოლოგიისა და აფხაზოლოგიის პრობლემები“ მიძღვნილი აკად. ქ. ლომთათიძის ხსოვნისადმი, 2011. გვ. 104-112;
3. **კაპანაძე, ხახუტაშვილი 2003:** საზოგადოებასთან ურთიერთობა. ლ. კაპანაძე, ე. ხახუტაშვილი. 2003 წ;
4. **კირვალიძე 2009:** კირვალიძე, ნ. პოლიტიკური დისკურსი და კოგნიტური მეტაფორები. საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალი „ინტელექტი“, 3 (35). pp. 121-125. ISSN 1512-0333. თბილისი, 2009;
5. **კირვალიძე 2010:** კირვალიძე, ნ. პოლიტიკური დისკურსი, როგორც ინტერდისციპლინური და ინტერპარადიგმული კვლევის საგანი (ქართულ და ინგლისურ ენებზე). საქართველოს მეცნიერებისა და საზოგადოების განვითარების ფონდის საერთაშორისო პერიოდული სამეცნიერო ჟურნალი „ინტელექტი“, N 1 (36), 2010, გვ. 109-115;
6. **მარღია 2006:** მართია, ე. საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგიდო ენციკლოპედია. 2006;
7. **მაცაბერიძე 2003:** მაცაბერიძე, მ. პოლიტიკური მარკეტინგის საფუძვლები. ფონდი „ღია საზოგადოება - საქართველო“. 2003;
8. **მსახურაძე 2013:** მსახურაძე, ნ. ლექსიკურ-სემანტიკური და პრაგმატიკული ტრანსფორმაციები პოლიტიკურ დისკურსში (ინგლისურ, ქართულ და რუსულ ენოვან მასალაზე დაყრდნობით). სამეცნიერო ხელმძღვანელი: პედაგოგიკის დოქტორი, სრული პროფესორი ირინე გომხეთელიანი. ბათუმი. 2013;

9. **მშვენიერაძე 2014:** მშვენიერაძე, თ. დიალოგიზმი, პოლიფონია და ინტერტექსტუალურობა პოლიტიკურ დისკურსში, სამეცნიერო ხელმძღვანელი: მზალო დოხტურიშვილი, სრული პროფესორი. ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი. თბილისი, 2014;
10. **ტაბიძე 1989:** ტაბიძე, მ. ქართული ჟურნალ-გაზეთების სახელდების მოტივაციისა და სტრუქტურის საკითხები, ქართული სიტყვის კულტურის საკითხები : წ.9 / საქ. სსრ მეცნ. აკად., ენათმეცნიერების ინ-ტი; გამომცემლობა „მეცნიერება“. თბილისი, 1989. გვ.341-374.[MFN: 3619];
11. **ტაბიძე 2005:** ტაბიძე, მ. სამეტყველო ლოგიკის სოციალურ-კულტურული განპირობებულობის საკითხისათვის, გელათის მეცნიერებათა აკადემიის ჟურნალი # 11, ქუთაისი, გამომცემლობა „ინტელექტი“, 2005;
12. **ტაბიძე 2015:** ტაბიძე, მ. (1) სოციოლინგვისტიკა (მასალები სალექციო კურსისათვის), გამომცემლობა „ქართული უნივერსიტეტი“, თბილისი, 2015;
13. **ტაბიძე 2015:** ტაბიძე, მ. ფუნქციური სტილები - საზოგადოების სოციალური დიფერენციაციის შედეგი თუ მიზეზი. საქართველოს საპატრიარქოს წმ. ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა სკოლის სამეცნიერო შრომათა კრებული, IV, თბილისი, 2015. გვ. 108 - 113;
14. **ფოჩხუა 1974:** ფოჩხუა, ბ. ქართული ენის ლექსიკოლოგია. თსუ-ს გამომცემლობა. თბილისი, 1974;
15. **ფუტყარაძე 2016.** ფუტყარაძე, ტ. საქართველოს რესპუბლიკის უზენაესი საბჭოს ორიენტირები თანამედროვე გეოპოლიტიკურ კონტექსტში. საქართველოს რესპუბლიკის უზენაესი საბჭო 9 აპრილის დამოუკიდებლობის აღდგენის აქტი, „ქართული უნივერსიტეტი“ 2016. გვ. 45-49;
16. **შალვაშვილი 1986:** შალვაშვილი, ლ. ქართული სალიტერატურო ენის განვითარება საბჭოთა პერიოდში. გამომცემლობა „განათლება“, თბილისი, 1986;
17. **ჭოხონელიძე 2014:** ჭოხონელიძე ქ. პრაგმატიკული მარკერების ფუნქციონის ლინგვოპრაგმატიკული ანალიზი (ინგლისური და ქართული პოლიტიკური

- მედიადისკურსის მასალაზე) სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი მადონა მეგრელიშვილი. ქუთაისი, 2014;
18. **ჯორბენაძე 1995:** ჯორბენაძე ბ., ქართული ენის მორფოლოგია, პროგრამა - პროსპექტი, თბ., 1995;
 19. **Bantimaroudis, Kampanellou 2009:** Bantimaroudis, P. & Kampanellou, E. The cultural framing hypothesis: cultural conflict indicators in The New York Times from 1981 to 2007. Media, War & Conflict, SAGE Publications, Vol. 2(2): 171–190. 2009;
 20. **Bax 2011:** Bax, S. Discourse and Genre: Analyzing Language in Context. Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; New York : Palgrave Macmillan, 2011;
 21. **Berger, Luckmann 1991:** Berger, P. and Luckmann T. The Social Construction of Reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge. London: Pinguin, 1991;
 22. **Blumler, Gurevitch 1995:** Blumler, J. and Gurevitch, M. (1995) The Crisis of Public Communication. London: Routledge. 1995;
 23. **Charteris-Black 2004:** Charteris-Black, J. Corpus Approach to Critical Metaphor Analysis/ Houndmills, Basingstoke, Hampshire: New York: Palgrave Macmillan, 2004;
 24. **Chilton 1996:** Chilton, P. (1996). Security metaphors: Cold war discourse from containment to common house. New York: Peter Lang;
 25. **Chilton 2004:** Chilton, P. A. (Paul Anthony) Analysing Political Discourse: Theory and Practice. London: Routledge, 2004;
 26. **Chilton 2005:** Chilton, P. Missing links in mainstream CDA: Modules, blends and the critical instinct. John Benjamins Publishing Co. 2005;
 27. **Chouliaraki 1999:** Chouliaraki, L. and Fairclough, N. Rethinking Critical Discourse Analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999;
 28. **Collins, Butler 2003:** Collins, N. and Butler, P. 'When marketing models clash with democracy', Journal of Public Affairs, 2003. Vol. 3 Issue 1, pp.52-63;
 29. **De Cillia, Reisigl, Wodak 1999:** De Cillia, R. Reisigl, M. and W odak, R. 'The discursive construction of national identities', Discourse & Society, 1999. Vol. 10 (2), pp.149-173. 1999.
 30. **Dijk 1995:** Van Dijk, T.A. Discourse Analysis as Ideology Analysis. In: C. Schäffner & A. Wenden (Eds.), Language and Peace. (pp. 17-33). Aldershot: Dartmouth Publishin., 1995;

31. **Dijk 1998:** Van Dijk, T.A., *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage, 1998;
32. **Dijk 2008:** Van Dijk, T.A., *Discourse and Power*. Macmillan, 2008;
33. **Egan 1999:** Egan, J. 'Political marketing. Lessons from the main stream', *Journal of Marketing Management*, 1999. Vol. 15 pp.495-503;
34. **Fairclough 1992:** Fairclough, N. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992;
35. **Fairclough 1995:** Fairclough, N. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995;
36. **Fairclough 2001:** Fairclough, N. *Language and Power*, Harlow: Longman, 2001, 2nd ed.;
37. **Fairclough 2003:** Fairclough, N. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research* New York: Routledge, cop. 2003;
38. **Fairclough, Wodak 1997:** Fairclough, N., & Wodak, R. Critical discourse analysis. In T. Van Dijk, *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* (Volume 2) (p.258-284). London: Sage, 1997;
39. **Gee 1999:** Gee, J. P. *AN Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. London: Routledge. 1999;
40. **Grady, Oakley, Coulson 1999:** Grady, J., Oakley, T., & Coulson, S. Blending and metaphor. In G. Steen & R. Gibbs (Eds.), *Metaphorin cognitive linguistics* (pp. 101–124). Philadelphia: John Benjamins. 1999;
41. **Hacking 1999:** Hacking, Ian. *The Social Construction of what?* Harvard University Press, 1999;
42. **Hart 2008:** Hart, Ch. Critical discourse analysis and metaphor: toward a theoretical framework, *Critical Discourse Studies*, 5:2, 91-106, DOI: 10.1080/17405900801990058, 2008;
43. **Hughes, Sharrock 1997:** Hughes, J. and Sharrock, W. *The Philosophy of Social Research*. London: Longman Social Research Series, 3rd edition, 1997;
44. **Jackson, Lilekker 2004:** Jackson and Darren G. Lilekker, 'Just public relations or an attempt at interaction? British MPs in the press, on the web and 'in your face'. *European journal of Communication*, 19(4): 507-33. 2004;
45. **Jacobs 1993:** Jacobs, L. *The Health of Nations: Public Opinion in the Making of American and British Health Policy*, Ithaca, NY: Cornell University Press. 1993;

46. **Johansson 2008:** Johansson, B. Popularized Election Coverage? News Coverage of Swedish Parliamentary Election Campaigns 1979-2006, in J. Stromback, M. Orsten and T. Aalberg (eds) Communicating Politics: Political Communication in the Nordic Countries, Goteborg: NOrdicom. (181-193). 2008;
47. **Jowett, O'Donnell 1999:** Jowett, G.S. and O'Donnell, V. Propaganda and Persuasion. (3rd Ed), Thousand Oaks: Sage Publications, 1999;
48. **Kelley 1956:** Kelley, S. Professional Public Relations and Political Power. Baltimore: John Hopkins, 1956;
49. **Lakoff 2002:** Lakoff, G. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2002. 2nd ed;
50. **Lakoff 2004:** Lakoff, G. Don't Think of an Elephant! : know your values and frame the debate: the essential guide for progressives. White River Junction, Vt.: Chelsea Green Pub. Co., 2004;
51. **Lakoff, Johnson 1980:** Lakoff, George, & Johnson, Mark 1980, Metaphors We Live By, Chicago: University of Chicago Press;
52. **Lees-Marchment 2001:** Lees-Marchment, J. Political Marketing and British Political Parties, Manchester: Manchester University Press, 2001;
53. **Lees-Marchment 2008:** Lees-Marshment, J. Political Marketing and British Political Parties (2nd edn). Manchester: Manchester University Press, 2008;
54. **Lees-Marchment 2009:** Lees-Marshment, J. Political Marketing: Principles and Applications. London; New York: Routledge, 2009;
55. **Lees-Marchment 2010:** Lees-Marshment, J. Strömbäck, J. and Rudd Ch. Global Political Marketing. London: Routledge; 2010;
56. **Lees-Marshment, Strömbäck, Rudd 2010:** Lees-Marshment, J., Strömbäck J. and Rudd, Ch. Global Political Marketing. London: Routledge; 2010;
57. **Lock, Harris 1996:** Lock, A. and Harris, P. 'Political Marketing: Vive la difference', European Journal of Marketing, Vol.30(1 0111), pp.14-24/ 1996;
58. **Luke 2008:** Luke, A. Theory and practice in critical discourse analysis. International Encyclopedia of the Sociology of Education. Brisbane, Australia: Elsevier Science, 2008;

59. **Lynne, Brigid 2006:** Young Lynne, Fitzgerald Brigid. *The Power of Language: How Discourse Influence Society*. London Equinox, 2006;
60. **McEnery, Hardie 2012:** McEnery, T. and Hardie, A. *Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice*, Cambridge University Press, Cambridge, 2012;
61. **Moloney, Colmer 2001:** Moloney, K. & Colmer, R. 'Does political PR enhance or trivialize democracy? The UK General Election 2001 as contest between presentation and substance'. *Journal of Marketing*, 2001,17, 957-968;
62. **Morgan 1992:** Morgan, G. 'Marketing discourse and practice: towards a critical analysis', Chapter 7, pp.136-158, in Alvesson, M. and Willmott, H. (eds) (1992), *Critical Management Studies*. London: Sage. 1992;
63. **Newman 1999:** Newman, Bruce I. *The Mass Marketing of Politics*. Thousand Oaks, CA: Sage. 1999;
64. **O'Cass 1996:** O'Cass, Aron. „Political marketing and the marketing concept”. *European Journal of Marketing*, 30(10/11): 45-6, 1996;
65. **O'Shaughnessy 1990:** O'Shaughnessy, N. (1990), *The Phenomenon of Political Marketing*. London: Macmillan. 1990;
66. **O'Shaughnessy 1996:** O'Shaughnessy, N., 'Social propaganda and social marketing: a critical difference?', *European Journal of Marketing*, 1996. Vol. 30 Issue 10/11, pp.62-75;
67. **Palmer 2002:** Palmer, J. 'Smoke and Mirrors: is that the way it is? Themes in political marketing', *Media, Culture and Society*, Vol. 24, pp. 345-363. 2002;
68. **Paltridge 2006:** Paltridge, B. *Discourse analysis*. London: Continuum, 2006;
69. **Petersson 2006:** Petersson, O. et al. *Media and Elections in Sweden*, Stockholm: SNS Forlag. 2006;
70. **Phillips, Hardy 2002:** Phillips, N. and Hardy, C. *Discourse Analysis. Investigating Processes of Social Construction*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2002;
71. **Reisigl, Wodak 2009:** Reisigl, M. Wodak, R. *The Discourse-Historical Approach (DHA). Methods for Critical Discourse Analysis*. ed. / Ruth Wodak; Michael Meyer. London: Sage (2nd revised edition), 2009. p. 87-121;

72. **Richardson 2007:** Richardson, John E., *Analysing Newspapers: an Approach from Critical Discourse Analysis*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007 [dvs 2006];
73. **Savigny 2004:** Savigny, H. 'Political Marketing: a Rational Choice?', *Journal of Political Marketing*, 2004. Vol. 3(1), pp. 21-38;
74. **Scammell 1995:** Scammell, M., *Designer Politics: How Elections are Won*. London: Macmillan, 1995;
75. **Scammell 1995:** Scammell, M., 'Political marketing: lessons for political science', *Political Studies*, XLVII, pp. 718-739 Scammell, M.(1991) *The Impact of Marketing*, 1995;
76. **Scammell 1996:** Scammell, M. 'The odd couple: marketing and Maggie', *European Journal of Marketing*, 1996. Vol. 30 Issue 10/11, pp.122-134;
77. **Scott 2001:** Scott, John, *Power*. Cambridge: Polity Press, 2001;
78. **Shama 1973:** Shama, A. *Applications of the Marketing Concept to Candidate Marketing*, III *Advances in Consumer Research*, pp. 793-801. 1973;
79. **Simpson 2010:** Simpson, P. *Language and Power: a Resource Book for Students*. London; New York, NY: Routledge, 2010;
80. **Stubbs 1983:** Stubbs, M. *Discourse Analysis*. Oxford: Basil Blackwell, 1983;
81. **Stubbs 2001:** Stubbs, M. *Words and Phrases: Corpus Studies of Lexical Semantics*. Oxford: Blackwell, 2001;
82. **Wilson 2005:** Andrew Wilson, A. *Virtual Politics*, New Haven, CT; London: Yale University Press, 2005;
83. **Wodak 2002:** Wodak, Ruth (Ed.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. London, GBR: Sage Publications, 2002;
84. **Wodak 2003:** Wodak, R. 'Populist Discourses: The Rhetoric of Exclusion in Written Genres'. *Document Design* 4(2), 132-148. John Benjamin Publishing Co. 2003;
85. **Wodak, Ludwig 1999:** Wodak, R. and Ludwig, C. *Challenges in the Changing World: Issues in Critical Discourse Analysis*. Vienna: Passagen Verlag, 1999;
86. **Wodak, Meyer 2001:** Wodak, R. and Meyer, M. *Methods of Critical Discourse Analysis* [electronic resource]. London: SAGE. 2001;

87. **Wood, Kroger 2000:** Wood, L.A. and Kroger, R.O. Doing Discourse Analysis: Methods for studying action in talk and text. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000;
88. **Сепир 2003:** Сепир, Э. Статус лингвистики как науки, стр. 131 в книге "Языки как образ мира", Москва, Санкт-Петербург, 2003.

ელექტრონული რესურსები:

89. საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამაგიდო ენციკლოპედია. ე. მარღია. 2006 წ.
90. აღმასრულებელი ხელისუფლების ურთიერთობა საზოგადოებასთან. ზ. დევდარიანი, მ. დარჩია, მ. ტლაშაძე. 2001წ. <http://prguide.ge/news.php>
91. ონლაინ PR კონფერენცია საქართველოში. 21 თებერვალი – 11 მარტი, 2005 წ. <http://prguide.ge/news.php>
92. კრიზისული სიტუაციები და პიარი, თბილისი 2003. <http://prguide.ge/news.php>
93. ბ. ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36 <http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016
94. ბ. ივანიშვილის სიტყვა „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე. 11 დეკ. 2011. <http://civil.ge/geo/article.php?id=24910> მოპოვებულია 13.09.2015
95. დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015
96. არჩევანი - გიორგი თარგამაძე - 01.10.2013 https://www.youtube.com/watch?v=nbQ_vTWB1_Y მოპოვებულია 19.12.2015
97. არჩევანი. გიორგი მარგველაშვილი. 22.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=X-3Yif2teBQ> - მოპოვებულია 18.12.2015.
98. არჩევანი. დავით ბაქრაძე არჩევანი. 15.10.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=JIsZzTSXnUo> მოპოვებულია 18.12.2015.
99. არჩევანი - ნინო ბურჯანაძე - 08.10.2013. <https://www.youtube.com/watch?v=PNDMk2UVWZU> - მოპოვებულია 19.12.2015

100. არჩევანი 2012. დებატები რუსთავი2-ზე. 30.08.2012
<https://www.youtube.com/watch?v=2etMRqBDThk>. მოპოვებულია 2.08. 2015.
101. P. S. დავით ბაქრაძე - პრეზიდენტობის კანდიდატი. 20.10.2013
https://www.youtube.com/watch?v=i_rP7uzPVEg
102. კოალიცია „ქართული ოცნების“ წინასაარჩევნო კამპანიის გახსნა
(თვითმართვებლობის არჩევნები - 2014 წლის 15 ივნისი).
<https://www.youtube.com/watch?v=ZmAPQeH69Lk> მოპოვებულია 5.01.2016
103. გ. მარგველაშვილი. პირდაპირი საუბარი. 14.10.2011.
<https://www.youtube.com/watch?v=aDQU1UMkDN0> მოპოვებულია 20.12.2015
104. მ. სააკაშვილი. https://www.youtube.com/watch?v=_R92A7LRVf4 მოპოვებულია
5.11.2015.
105. პოზიცია - პრეზიდენტობის კანდიდატი - გიორგი მარგველაშვილი - 14.05.2013
106. პოლიტმეტრი. 17.08.2012. <https://www.youtube.com/watch?v=u2LSUSt30VM>
მოპოვებულია 29.12.2015 <https://www.youtube.com/watch?v=LY3X6vhzgAI>
მოპოვებულია 21.12.2015
107. 27.05.2012. წინასაარჩევნო კამპანია დაიწყო. ტელეკომპანია მაესტრო.
<https://www.youtube.com/watch?v=uxMOCpULOXQ> მოპოვებულია 14. 11. 2015
108. Martin Luther King, Jr. *‘I Have a Dream’*
<http://www.americanrhetoric.com/speeches/mlkihaveadream.htm> მოპოვებულია
19.12.2015
109. საქართველოს არჩევნების ისტორია 1990 – 2010
<http://www.cesko.ge/files/TEA/archevnebisistoria/geohistory.pdf> მოპოვებულია 1.12.2015.
110. <http://www.interpressnews.ge/ge/interviu/255679-soso-galumashvili-giorgi?ar=A>
მოპოვებულია 3.12.2015
111. <http://www.cesko.ge/uploads/other/13/13680.pdf> მოპოვებულია 25.12.2015
112. <http://www.cesko.ge/uploads/other/26/26607.pdf> მოპოვებულია 3.12.2015
113. <http://www.merriam-webster.com/>
114. <http://dictionary.reference.com/>
115. <http://www.thefreedictionary.com/>

116. <http://dictionary.ge/ka/word/PR>
117. <http://www.prsa.org/>
118. http://en.wikipedia.org/wiki/Black_PR
119. <https://www.youtube.com/watch?v=P4R31oRbuX4>
120. <https://www.youtube.com/watch?v=cvHD-aRVNMA>
121. <https://www.youtube.com/watch?v=g54IYXBA6xw>
122. <https://www.youtube.com/watch?v=BYBX0eL-FW4>
123. https://www.myvideo.ge/?video_id=2132307
124. https://www.myvideo.ge/?video_id=2132306
125. https://www.myvideo.ge/?video_id=2132305
126. https://www.myvideo.ge/?video_id=2132304
127. https://www.myvideo.ge/?video_id=2132303
128. <https://www.facebook.com/bbcnews>

დანართი 1.

ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლის სრული ტექსტი

ორშაბათი, 28 მაისი 2012 10:36

<http://ick.ge/articles/11035-2012-05-28-06-42-14.html> მოპოვებულია 12.03.2016

კოალიცია „ქართული ოცნების“ ლიდერმა ბიძინა ივანიშვილმა, გუშინ, თავისუფლების მოედანზე გამართულ აქციაზე მისულ მხარდამჭერებს სიტყვით მიმართა. ივანიშვილის გამოსვლის ტექსტს უცვლელად გთავაზობთ:

„ჩემო საყვარელო ხალხო, მოგესალმებით!

ბედნიერი ვარ, რომ თქვენ გვერდით, საქართველოს მოქალაქეების, ჩვენი სამშობლოს გვერდით ვდგავარ!

საქართველოს გარდა მე სხვა სამშობლო არ გამაჩნია! მე საქართველოს მოქალაქეობა თქვენ უკვე მომანიჭეთ! მე საქართველოს მოქალაქე ვარ, რადგან არავინ მიყვარს ისე, როგორც ჩემი ხალხი, ჩვენი საქართველო!

ბედნიერი ვარ, რომ ჩვენ ერთად ვიწყებთ ბრძოლას ერთიანი, ძლიერი, დემოკრატიული საქართველოსთვის!

დღეს ჩვენ აქ შეგვკრიბა პასუხისმგებლობამ ჩვენი წარსულის, აწმყოსა და მომავლის წინაშე. ჩვენი ერთობა, ჩვენი სიმრავლე ადასტურებს იმას, რომ ფუჭად არ ჩაუვლია ჩვენი წინაპრების ბრძოლას და თავდადებას. გავიხსენოთ საქართველოს უკეთესი მომავლისთვის მებრძოლი გმირები. გავიხსენოთ, აი, აქ, ამ მოედანთან ახლოს, 1989 წლის 9 აპრილს დაღუპულები. გავიხსენოთ ისინიც, ვინც შარშან 26 მაისის ღამეს ხელისუფლების გაუგონარი ძალადობის მსხვერპლი გახდნენ. მოდით, წუთიერი დუმილით პატივი მივაგოთ მათ ხსოვნას...

ჩემი ოცნება ყოველთვის იყო ძლიერი, განვითარებული, ბედნიერი საქართველო. ჩემი ოცნება იყო ქართული სახელმწიფო, როგორც თავისუფალი ადამიანების საზოგადოება, სახელმწიფო, სადაც მისი ყოველი მოქალაქე თანასწორია კანონის წინაშე, სადაც პატივს სცემენ ადამიანის ღირსებას და ყველას აქვს საშუალება, საკუთარი ნიჭითა და შრომით მიაღწიოს წარმატებას.

ასეთი იყო ჩემი ოცნება და ასეთად რჩება დღესაც. მთელი ჩემი ცხოვრება, შეძლებისდაგვარად, ვცდილობდი, ვყოფილიყავი არა რომელიმე ხელისუფლების, არამედ ქვეყნის სამსახურში; ჩემი რესურსების გამოყენებით ხელი შემეწყო სახელმწიფო ინსტიტუტების ჩამოყალიბებისთვის, ვცდილობდი დავხმარებოდი ადამიანებს გარდამავალი პერიოდის სირთულეების გადატანაში, მაგრამ ისე გამოვიდა, რომ ამ გარდამავალი პერიოდის დასრულებას არა და არ დაადგა საშველი.

იცვლებოდა ხელისუფლება, მაგრამ ქვეყანა ერთი ჩიხიდან მეორე ჩიხში შედიოდა. ასეა დღესაც, ამ მოჯადოებულ წრეში ტრიალი უკვე კრიტიკულ ზღვრამდე მივიდა. სამწუხაროდ, დღეს ჩვენ გვყავს უგუნური მმართველი, რომელიც დღითი დღე კარგავს საღ აზრს! ამას ყოველი ჩვენგანი კარგად ხედავს. ხედავენ ისინიც, ვინც ჯერ კიდევ

იძულებულნი არიან შეასრულონ მისი უკანონო, ხშირ შემთხვევაში, ანტისახელმწიფოებრივი გადაწყვეტილებები!

ჩვენ კარგად ვიცით, ვისთან და რასთან გვაქვს საქმე. მე ნათლად დავინახე, რომ ხელისუფლების უგუნურება იქამდე მივიდა, რომ ის უკვე სერიოზული საფრთხეა ქართული სახელმწიფოსთვის. მე დავინახე, რომ თუ ასე გაგრძელდა, ჩვენ ყველანი სამშობლოს დავკარგავთ.

ამიტომაც, პოლიტიკაში ყოფნა, პოლიტიკური ბრძოლა მმართველი რეჟიმის შესაცვლელად, ჩემი სურვილი კი არ არის, არამედ ჩემი მოვალეობაა. ეს არის თითოეული ჩვენგანის, საქართველოს ყველა მოქალაქის მოვალეობა, ეს არის ჩვენი ღირსების საქმე!

საპარლამენტო არჩევნები, რომელიც შემოდგომაზე უნდა გაიმართოს, ყოფნა-არყოფნის საკითხია ჩვენი ქვეყნისთვის: ჩვენ აუცილებლად გავიმარჯვებთ! თუმცა, გამარჯვებისთვის მარტო სურვილი არ კმარა, გამარჯვებისთვის არ კმარა თავდადებული შრომაც კი, გამარჯვებისთვის არ კმარა არც მხოლოდ თავგანწირვა, გამარჯვებისთვის აუცილებელია კარგად გააზრებული, მკაფიო გეგმა, რომელიც სურვილსაც, თავგანწირვასაც და შრომასაც ერთიან კალაპოტში მოაქცევს და ერთი მიზნისკენ მიმართავს.

მიზნის მისაღწევად პროცესის თავიდან ბოლომდე გააზრება და დაგეგმვა ბუნებაში მაქვს, ეს ჩემი ხასიათია. ჩემი პირველი განცხადებიდან 7 თვე გავიდა და გარწმუნებთ, რომ ყველაფერი ისე ვითარდება, როგორც ვგეგმავდი და გააზრებული მქონდა.

ამ გააზრებული გეგმით მოვედით დღემდე და, გარწმუნებთ, დღეიდან პროცესები შეუქცევად ხასიათს მიიღებს, უკვე შეუძლებელია დაწყებული პროცესების შეჩერება, მით უფრო, ამ პროცესების შემობრუნება. ხელისუფლებამ რაც არ უნდა დაგეგმოს, რაც არ უნდა მოიმოქმედოს, ეს ბრძოლა აუცილებლად ბოლომდე მივა და ჩვენი გამარჯვებით დასრულდება!

გასული შვიდი თვის განმავლობაში ჩვენ შევძელით ოპოზიციური პოლიტიკური სპექტრის ერთ გუნდად გაერთიანება. და ეს, არც ისე ადვილი იყო. ჩემი კოლეგები უნდა დამერწმუნებინა, რომ დროებით გადაედოთ ყველა სადავო საკითხი და, ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფოებრივი ინტერესიდან გამომდინარე, შეთანხმებულიყვნენ ერთიან პლატფორმაზე.

ამ თვეების განმავლობაში ჩვენმა გუნდმა უზარმაზარი სამუშაო გასწია. ჩამოვყალიბეთ პოლიტიკური კოალიცია „ქართული ოცნება“, ჩვენ შევძელით და მთელ საქართველოში შევექმნით რეგიონალური სტრუქტურები - შტაბები. ყოველივე ამას ჩვენ ვაკეთებდით ხელისუფლების მხრიდან ისტერიული ძალადობისა და უზადრუკი სადავლობების ფონზე. ჩვენ ეს შევძელით, რადგან ამ ბრძოლაში ჩვენ მხარესაა ქართველი ხალხის ნება, რომელსაც არ სჩვევია მონობაში ცხოვრება. ჩვენ მხარესაა თანამედროვე პოლიტიკური და კულტურული ტრადიცია, ჩვენ მხარეს არიან ქვეყნები, რომლებმაც დემოკრატია და თავისუფლება სახელმწიფოს ფუნდამენტში ჩადეს. ხოლო ჩვენ წინააღმდეგ არის ერთი მშიშარა კაცი - ტრადიციას, თანამედროვეობას, რეალობას მოწყვეტილი, რომელსაც სიცრუისა და ძალადობის გარდა არგუმენტი აღარ დარჩენია.

ჩვენ დღეს ვიწყებთ წინასაარჩევნო კამპანიას და მე ბედნიერი ვარ, რომ ამ ბრძოლაში თქვენ გვერდით ვარ, საქართველოს მოქალაქეების გვერდით, სამშობლოს გვერდით!

ჩვენი მიზანია არა ვინმეს დამარცხება, არამედ საქართველოს გამარჯვება.

დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ მკვეთრად შევცვალოთ საქართველოს თითოეული მოქალაქის ცხოვრება უკეთესობისკენ.

მე ძალიან კარგად ვიცი, როგორ უნდა გავაკეთო ეს, რადგან ბავშვობიდან ვზრდობ, კარგად ვიცი, რას ნიშნავს მრავალშვილიანი ოჯახის გაჭირვება. გლეხის შრომის ფასიც ვიცი, სწავლასთან ერთად მუშაობის სიმძიმეც გამომიცდია. მძიმე შრომის ფასად ბიზნესში დიდ წარმატებასაც მივაღწიე და კეთილსინდისიერებაც შევინარჩუნე, თუმცა, ეს არ იყო ადვილი საქმე.

ისიც კარგად ვიცი, რომ ერთი ადამიანი ვერ იქნები ბედნიერი, რაც არ უნდა წარმატებული იყო, თუ შენს სამშობლოს მრავალი გასაჭირი ადგას.

სწორედ ამიტომ, თავს უფლებას მივცემ და ხელისუფლების მაღალი ემელონებისა და ქართველი ბიზნესმენების გასაგონად ვიტყვი: ვერანაირი პირადი მატერიალური კეთილდღეობა ვერ მოგანიჭებს ბედნიერებას, როდესაც შენი ხალხი უბედურია, როდესაც მილიონ ნახევარზე მეტი ადამიანი სიღარიბის ზღვარს ქვემოთაა, როდესაც მოსახლეობის დიდ ნაწილს ბანკის ვალი ახრჩობს, როდესაც გისოსებს მიღმა უდანაშაულო ადამიანები იტანჯებიან, როდესაც შენი ქვეყნის ტერიტორიები ოკუპირებულია. ეს უნდა დასრულდეს!

დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას იმისთვის, რომ სახელმწიფოს მთავარი ღირებულება და საზრუნავი გახდეს ადამიანი და რომ ყველა მოქალაქე თანასწორი იყოს კანონის წინაშე.

ჩვენ ვიწყებთ, რათა დავამკვიდროთ თავისუფალი ბიზნესგარემო, ხელი შევუწყოთ მეწარმეობის განვითარებას, შევქმნათ საკუთრების ხელშეუხებლობისა და დასაქმებულთა სოციალური დაცვის გარანტიები, რაც საბოლოო ჯამში უზრუნველყოფს უმუშევრობის დაძლევას და სამუშაო ადგილების შექმნას.

უმუშევრობის პრობლემა მოკლე ხანში მინიმუმამდე უნდა შემცირდეს. ყველას უნდა შეეძლოს საკუთარი შესაძლებლობის შესატყვისი სამსახურის პოვნა და ამით ოჯახის რჩენა და ჩვენ ამას შევძლებთ!

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების დასაქმება, რათა მათ ჰქონდეთ შრომისა და წარმატებული კარიერის პერსპექტივა საკუთარ სამშობლოში და არა სადმე სხვაგან.

ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სამართლიანი სასამართლოსთვის და სამართალდამცავი სტრუქტურების პოლიტიკური წნეხისგან გათავისუფლებისათვის, რათა სამართალი დავუბრუნოთ ხალხს.

ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას საქართველოს გაერთიანებისთვის, რათა გამოთლიანებული, დემოკრატიული და წელში გამართული საქართველო გახდეს ეროვნების, ნატოს, საერთაშორისო თანამეგობრობის სრულფასოვანი და ღირსეული წევრი.

ჩვენ შემუშავებული გვაქვს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული განვითარების დეტალური პროგრამა ყველა მიმართულებით. ჩვენ არ დაგპირდებით არაფერს ისეთს, რისი შესრულებაც არ არის შესაძლებელი და რაც არ შეგვიძლია. ყოველი ჩვენი დაპირება რეალური და კარგად დათვლილია.

რეალური პოლიტიკა, რეალური ნაბიჯები, ეს არის ის, რასაც გპირდებით. ჩვენ ვერ მოვახდენთ სასწაულს, მაგრამ გავაკეთებთ შესაძლებლის მაქსიმუმს.

საარჩევნო კამპანიის განმავლობაში წარმოგიდგენთ ჩვენს გეგმებს და თქვენთან ერთად, თქვენი თანამონაწილეობით მივცემთ საბოლოო სახეს საქართველოს განვითარების პროგრამას. ამჯერად კი, ორიოდ სიტყვით შევჩერდები ჩვენს პრიორიტეტებზე.

თუკი ამ ხელისუფლების პრიორიტეტი არის საკუთარი ძალაუფლების განმტკიცება და შენარჩუნება, ჩვენი პრიორიტეტი იქნება თითოეული მოქალაქის თავისუფლება და კეთილდღეობა.

არ არსებობს იმაზე დიდი ღირებულება, ვიდრე ადამიანის სიცოცხლე. საკუთარი მოქალაქეების სიცოცხლესა და ჯანმრთელობაზე ზრუნვა კი, ცივილიზებული სახელმწიფოს უპირველესი მოვალეობაა.

დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას, რათა დავძლიოთ ჯანდაცვის სისტემაში შექმნილი კატასტროფული ვითარება. მოქალაქეთა აბსოლუტური უმრავლესობისთვის სამედიცინო მომსახურება ხელმიუწვდომელია. ძვირი ღირს საავადმყოფოში დაწოლა, ძვირია წამლები, ძვირია ოპერაციის გაკეთება. ჩვენ დღეს პირველები ვართ ევროპასა და პოსტსაბჭოთა სივრცეში მოზარდთა სიკვდილიანობით, ჩვენ დღეს პირველები ვართ დედათა და 5 წლამდე ბავშვთა სიკვდილიანობით.

ჩვენი პოლიტიკა ჯანდაცვის სფეროში ორიენტირებული იქნება ადამიანზე, თითოეულ მოქალაქეზე. ჩვენ მოვსპობთ მონოპოლიებს და შევქნით კონკურენტუნარიან გარემოს. ჩვენ ვთავაზობთ უფასო სამედიცინო მომსახურების სადაზღვევო პაკეტს საქართველოს ყველა მოქალაქეს და არა ყოველ მეორეს, როგორც ამას საქართველოს ხელისუფლება ჰპირდება ხალხს და მისი დაპირების ფასიც კარგად ვიცით.

დღეს ჩვენ ვიწყებთ, რათა ისე შევცვალოთ ქვეყნის მართვა, რომ უმოკლეს დროში ყველა მოქალაქეს ჰქონდეს ხელმისაწვდომი ხარისხიანი განათლება. აუცილებელია ყველა სოფელში მოქმედებდეს სკოლა, რომელთა უმრავლესობა ეგრეთ წოდებული ოპტიმიზაციის საბაზით დაიხურა. სოფლის სკოლაზე დამოკიდებული არა მარტო განათლების საკითხი, არამედ მოსახლეობის ადგილზე დამაგრება, ისტორიული კუთხეების დაცლისგან გადარჩენა.

მრავალი გაჭირვება გამოიარეს ჩვენმა პედაგოგებმა და თითქმის უხელფასობის პირობებში უარი არ უთქვამთ პროფესიული მოვალეობის შესრულებაზე. ახლა კი, სულ იმის შიში აქვთ, რომ შეიძლება ყოველგვარი ახსნა-განმარტების გარეშე დაითხოვონ სკოლებიდან. ვპირდებით მათ, რომ მიეცემათ ღირსეული საქმიანობის შესაძლებლობა, ექნებათ სათანადო ხელფასი, სოციალური დაცვა და, რაც ყველაზე მთავარია, მათ ვერავინ ვეღარ გაათავისუფლებს სამსახურიდან პირადი თუ პოლიტიკური მოტივების გამო.

დღეს ჩვენ ვიწყებთ ბრძოლას სოფლის ფეხზე დაყენებისთვის. დღეს სოფელი დაცლილი და წელში გატეხილია. გლეხს აკლია ტექნიკა, თესლი, აკლია საწვავი, აკლია სასუქი. ყველაფერს გავაკეთებთ იმისათვის, რომ საქართველოს ეკონომიკის აღმავლობაში მნიშვნელოვანი წილი სოფლის მეურნეობაზე მოდიოდეს. დღეს საქმე იქამდეა მისული, რომ ხშირად გლეხს გადასახადისა და სხვა ხარჯების შესატყვისი მოსავლის აღებაც უჭირს.

ჩვენ გვაქვს სათანადო გამოცდილება და ხელისუფლებაში მოსვლისთანავე ამ გამოცდილებას მთელი ქვეყნის მასშტაბით შევასხამთ ხორცს. შემუშავებული გვაქვს პროგრამები იმისათვის, რომ ფეხზე დავაყენოთ თითოეული გლეხი, თითოეული ოჯახი,

ავაღორძინოთ სოფელი, რომელიც, საბოლოოდ, ჩვენი ქვეყნის აღორძინებას ნიშნავს. ხელი შევუწყოთ როგორც ფერმერული, ისე საოჯახო და კოოპერაციული მეურნეობების შექმნას ქვეყანაში. შევქმნით სპეციალურ ფონდს, რომელიც დაეხმარება ყველას, ვინც დასაქმებულია სოფლის მეურნეობაში. ამით სოფელში გლეხი დამაგრდება, ახალგაზრდობას სტიმული მიეცემა და ქვეყანაც წელში გაიმართება.

ჩვენ ვიწყებთ, რათა პენსიონერებს ჰქონდეთ ისეთი პენსია, რომ ღირსეულად ცხოვრება შეეძლოთ; ჩვენს ომისა და შრომის ვეტერანებს პატივი მივაგოთ და სათანადო სოციალური შეღავათებით უზრუნველვყოთ.

ჩვენ გვაქვს მკაფიო გეგმა, როგორ უნდა დავძლიოთ და გადავჭრათ ეს პრობლემები.

ჩვენ დღეს ვიწყებთ, რათა ხვალ საქართველოსა და მთელი მისი მოსახლეობის მდგომარეობა შევცვალოთ უკეთესობისკენ, სამართლიანობისა და თანასწორობისკენ. ვიწყებთ სრულფასოვან საარჩევნო კამპანიას და უკვე ინტენსიურად ვმუშაობთ ჩვენს ქვეყანაშიც და საზღვარგარეთაც.

ბევრი ლაპარაკია იმაზე, რომ მთავარი საფრთხე შიშის დაძლევაა და რომ ქართველი ამომრჩეველი შიშის გამო საარჩევნო ურნებთან თავისუფალ არჩევანს ვერ გააკეთებს.

მეც ასე მეგონა, თუმცა დღეს დავრწმუნდი, რომ გამბედაობაზე და შიშის დათრგუნვაზე ლაპარაკი იმ ხალხთან, იმ ქალაქში, რომელიც არ შეშინებია ყველაზე სასტიკ დამპყრობელსაც კი, სასაცილოა. არ შეიძლება ქართველებს ჰკადრო, რომ სააკაშვილის ემინიათ. რეალურად ეს შიში კი არ არის, ეს უნდობლობაა, რომელიც გაუჩნდა ჩვენს ხალხს, რადგან ბევრჯერ დარჩა პოლიტიკოსებისგან გაწბილებული.

ამიტომ დღეს, პირველ რიგში, თქვენი ნდობა გვაქვს მოსაპოვებელი. ამჯერად თქვენი იმედი არ გაცრუვდება, მოქალაქეობრივი ღირსება არ შეილახება. ჩვენ თქვენს გვერდით ვიქნებით ბოლომდე. და დღეს, აქ, საზეიმოდ, მე გპირდებით, რომ ბოლომდე ვიბრძოლებ თქვენთან ერთად, რათა ყველამ ერთად ავიხდინოთ ჩვენი ოცნება!

ჩემი ოცნებაა, დადგეს ის დღე, როდესაც ჩემი ოთხი შვილი იცხოვრებს ისეთ ქვეყანაში, სადაც მათზე იმსჯელებენ არა სოციალური მდგომარეობის, არამედ იმის მიხედვით, თუ რას წარმოადგენენ ისინი!

ჩვენი ოცნებაა, თითოეული ადამიანი იყოს სამშობლოს სამსახურში, იყოს ბედნიერი და წელგამართული.

ჩვენი ოცნებაა, საქართველოში დაცული იყოს ადამიანის ყველა უფლება, აზრისა და სიტყვის თავისუფლება; სასამართლო იყოს სამართლიანი, მედია - დამოუკიდებელი, ბიზნესი - ხელშეუხებელი.

ჩვენი ოცნებაა, ჩვენს საამაყო ჯარისკაცებსა და პოლიციელებს მიეცეთ შესაძლებლობა, ღირსეულად ემსახურონ სახელმწიფოს და არა რომელიმე ხელისუფალს.

ჩვენი ოცნებაა, ისეთი ქვეყანა, სადაც არავის აღარ დასჭირდება ლუკმაპურის საშოვნელად სამშობლოდან გადახვეწა და მთელ მსოფლიოში მიმოფანტული ქართველებიც უკან დაბრუნდებიან.

ჩვენი ოცნებაა, ისეთი საქართველო, სადაც ჩვენი დევნილები თავიანთ სახლებში შეძლებენ ცხოვრებას.

ჩვენი ოცნება საერთოა - ქართველების, ოსების, აფხაზების, ებრაელების, აზერბაიჯანელების, სომხების, რუსების, ბერძენებისა და სხვა ერების - მშვიდობიანად აღვადგინოთ ქვეყნის ერთიანობა და შევქმნათ ისეთი ქვეყანა, რომელიც მისაღები იქნება ყველასთვის!

ჩვენი ოცნება ისეთი ქვეყნის შექმნაა, რომლითაც იამაყებენ ჩვენი თანამედროვენი და მომავალი თაობები! ჩვენი ოცნებაა საქართველო იყოს თავისუფალი, დემოკრატიული, ევროპული თანამეგობრობის ღირსეული წევრი!

დღეიდან საქართველოში თუ საქართველოს გარეთ მცხოვრებ ჩვენს თანამოქალაქეებთან მივიტანთ ჩვენს სათქმელს; ხმას მივაწვდენთ ყველას - ყველა ქალაქს, ყველა რეგიონს, ყველა სოფელს!

ჩემო საყვარელო ხალხო, ჩემო თანამებრძოლებო!

ამ ბრძოლაში ჩვენ ერთმანეთს ვჭირდებით! მხოლოდ ერთად დგომით მოვიგებთ ამ ბრძოლას!

ჩვენ ვიწყებთ დღეიდან, რადგან ჩვენ გვწამს და მტკიცედ გვჯერა, რომ გავიმარჯვებთ არჩევნებში, საქართველო გაიმარჯვებს, ქართველი ხალხი გაიმარჯვებს, ჩვენ ერთად შევექმნით უკეთეს მომავალს და ერთად ავისრულებთ ქართულ ოცნებას.

ჩემო საყვარელო ხალხო!

ჩვენი დღევანდელი შეხვედრის დასასრულს, კიდევ ერთხელ მინდა დიდი მადლობა გითხრათ ყველას აქ მოსვლისთვის. დღეს ჩვენ დავიწყეთ საარჩევნო კამპანია, დავიწყეთ თქვენთან ერთად. ხვალიდან სრული დატვირთვით ამოქმედდება ჩვენი შტაბები - ყველგან, მთელს საქართველოში. გელოდებით ყველას! აქტიურად ჩაერთეთ მუშაობაში! თითოეული თქვენგანის მონაწილეობა არის ძალიან მნიშვნელოვანი.

ჩვენ ერთი წამითაც არ შევწყვეტთ მუშაობას. ჩვენი ყურადღების მიღმა არ დარჩება არც ერთი ქალაქი, არც ერთი სოფელი, ყველას შევხვდებით.

7 ივნისს ქუთაისი გველოდება, ასეთი აქციები სხვა ქალაქებშიც გაიმართება და შემოდგომისთვის მთელ საქართველოს ერთ მუშტად შევკრავთ!

ჩვენ აუცილებლად მოვიგებთ ამ ბრძოლას, გპირდებით!!!

გვახსოვდეს, შემოდგომაზე არჩევნებში გამარჯვებით ჩვენი ოცნებების ასრულება იწყება!!!

დანართი 2.

Martin Luther King, Jr. ‘*I Have a Dream*’

<http://www.americanrhetoric.com/speeches/mlkhaveadream.htm> მოპოვებულია 19.12.2015

I am happy to join with you today in what will go down in history as the greatest demonstration for freedom in the history of our nation.

Five score years ago, a great American, in whose symbolic shadow we stand today, signed the Emancipation Proclamation. This momentous decree came as a great beacon light of hope to millions of Negro slaves who had been seared in the flames of withering injustice. It came as a joyous daybreak to end the long night of their captivity.

But one hundred years later, the Negro still is not free. One hundred years later, the life of the Negro is still sadly crippled by the manacles of segregation and the chains of discrimination. One hundred years later, the Negro lives on a lonely island of poverty in the midst of a vast ocean of material prosperity. One hundred years later, the Negro is still languished in the corners of American society and finds himself an exile in his own land. And so we've come here today to dramatize a shameful condition.

In a sense we've come to our nation's capital to cash a check. When the architects of our republic wrote the magnificent words of the Constitution and the Declaration of Independence, they were signing a promissory note to which every American was to fall heir. This note was a promise that all men, yes, black men as well as white men, would be guaranteed the 'unalienable Rights' of 'Life, Liberty and the pursuit of Happiness'. It is obvious today that America has defaulted on this promissory note, insofar as her citizens of color are concerned. Instead of honoring this sacred obligation, America has given the Negro people a bad check, a check which has come back marked 'insufficient funds'.

But we refuse to believe that the bank of justice is bankrupt. We refuse to believe that there are insufficient funds in the great vaults of opportunity of this nation. And so, we've come to cash this check, a check that will give us upon demand the riches of freedom and the security of justice.

We have also come to this hallowed spot to remind America of the fierce urgency of Now. This is no time to engage in the luxury of cooling off or to take the tranquilizing drug of gradualism. Now is the time to make real the promises of democracy. Now is the time to rise from the dark and desolate valley of segregation to the sunlit path of racial justice. Now is the time to lift our nation from the quicksands of racial injustice to the solid rock of brotherhood. Now is the time to make justice a reality for all of God's children.

It would be fatal for the nation to overlook the urgency of the moment. This sweltering summer of the Negro's legitimate discontent will not pass until there is an invigorating autumn of freedom and equality. Nineteen sixty-three is not an end, but a beginning. And those who hope that the Negro needed to blow off steam and will now be content will have a rude awakening if the nation returns to business as usual. And there will be neither rest nor tranquility in America until the Negro is granted his citizenship rights. The whirlwinds of revolt will continue to shake the foundations of our nation until the bright day of justice emerges.

But there is something that I must say to my people, who stand on the warm threshold which leads into the palace of justice: In the process of gaining our rightful place, we must not be guilty of wrongful deeds. Let us not seek to satisfy our thirst for freedom by drinking from the cup of bitterness and hatred. We must forever conduct our struggle on the high plane of dignity and discipline. We must not allow our creative protest to degenerate into physical violence. Again and again, we must rise to the majestic heights of meeting physical force with soul force.

The marvelous new militancy which has engulfed the Negro community must not lead us to a distrust of all white people, for many of our white brothers, as evidenced by their presence here today, have come to realize that their destiny is tied up with our destiny. And they have come to realize that their freedom is inextricably bound to our freedom.

We cannot walk alone.

And as we walk, we must make the pledge that we shall always march ahead.

We cannot turn back.

There are those who are asking the devotees of civil rights, 'When will you be satisfied?' We can never be satisfied as long as the Negro is the victim of the unspeakable horrors of police brutality. We can never be satisfied as long as our bodies, heavy with the fatigue of travel, cannot gain lodging in the motels of the highways and the hotels of the cities.*We cannot be satisfied as long as the negro's basic mobility is from a smaller ghetto to a larger one. We can never be satisfied as long as our children are stripped of their self-hood and robbed of their dignity by signs stating: 'For Whites Only'. We cannot be satisfied as long as a Negro in Mississippi cannot vote and a Negro in New York believes he has nothing for which to vote. No, no, we are not satisfied, and we will not be satisfied until 'justice rolls down like waters, and righteousness like a mighty stream'.

I am not unmindful that some of you have come here out of great trials and tribulations. Some of you have come fresh from narrow jail cells. And some of you have come from areas where your quest -- quest for freedom left you battered by the storms of persecution and staggered by the winds of police brutality. You have been the veterans of creative suffering. Continue to work with the faith that unearned suffering is redemptive. Go back to Mississippi, go back to Alabama, go back to South Carolina, go back to Georgia, go back to Louisiana, go back to the slums and ghettos of our northern cities, knowing that somehow this situation can and will be changed.

Let us not wallow in the valley of despair, I say to you today, my friends.

And so even though we face the difficulties of today and tomorrow, I still have a dream. It is a dream deeply rooted in the American dream.

I have a dream that one day this nation will rise up and live out the true meaning of its creed: 'We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal'.

I have a dream that one day on the red hills of Georgia, the sons of former slaves and the sons of former slave owners will be able to sit down together at the table of brotherhood.

I have a dream that one day even the state of Mississippi, a state sweltering with the heat of injustice, sweltering with the heat of oppression, will be transformed into an oasis of freedom and justice.

I have a dream that my four little children will one day live in a nation where they will not be judged by the color of their skin but by the content of their character.

I have a *dream* today!

I have a dream that one day, down in Alabama, with its vicious racists, with its governor having his lips dripping with the words of 'interposition' and 'nullification' - one day right there in Alabama little black boys and black girls will be able to join hands with little white boys and white girls as sisters and brothers.

I have a *dream* today!

I have a dream that one day every valley shall be exalted, and every hill and mountain shall be made low, the rough places will be made plain, and the crooked places will be made straight; 'and the glory of the Lord shall be revealed and all flesh shall see it together'.

This is our hope, and this is the faith that I go back to the South with.

With this faith, we will be able to hew out of the mountain of despair a stone of hope. With this faith, we will be able to transform the jangling discords of our nation into a beautiful symphony of brotherhood. With this faith, we will be able to work together, to pray together, to struggle together, to go to jail together, to stand up for freedom together, knowing that we will be free one day.

And this will be the day -- this will be the day when all of God's children will be able to sing with new meaning:

My country 'tis of thee, sweet land of liberty, of thee I sing.

Land where my fathers died, land of the Pilgrim's pride,

From every mountainside, let freedom ring!

And if America is to be a great nation, this must become true.

And so let freedom ring from the prodigious hilltops of New Hampshire.

Let freedom ring from the mighty mountains of New York.

Let freedom ring from the heightening Alleghenies of Pennsylvania.

Let freedom ring from the snow-capped Rockies of Colorado.

Let freedom ring from the curvaceous slopes of California.

But not only that:

Let freedom ring from Stone Mountain of Georgia.

Let freedom ring from Lookout Mountain of Tennessee.

Let freedom ring from every hill and molehill of Mississippi.

From every mountainside, let freedom ring.

And when this happens, and when we allow freedom ring, when we let it ring from every village and every hamlet, from every state and every city, we will be able to speed up that day when *all* of God's children, black men and white men, Jews and Gentiles, Protestants and Catholics, will be able to join hands and sing in the words of the old Negro spiritual:

Free at last! Free at last!

Thank God Almighty, we are free at last!

დანართი 3.

ბ. ივანიშვილის სიტყვა „ქართული ოცნების“ დამფუძნებელ შეკრებაზე. 11 დეკ. 2011.

<http://civil.ge/geo/article.php?id=24910> მოპოვებულია 13.09.2015

ბიძინა ივანიშვილის გამოსვლა „ქართული ოცნების“ პრეზენტაციაზე, 2011 წლის 11 დეკემბერს:

„პირველ რიგში, მინდა მოგესალმოდეთ ყველას, ვინც მოახერხეთ და დღეს ჩვენთან ერთად ხართ ამ დარბაზში ან დარბაზის გარეთ შეიკრიბეთ.

თქვენთან ერთად მივესალმები მათ, ვინც ტელეეკრანებთან და რადიომიმღებებთან ადევნებს თვალყურს ჩვენს შეკრებას.

მივესალმები მათ, ვინც ვერ გვიყურებს და ვერ გვისმენს, მაგრამ ჩვენსავით ფიქრობს. მივესალმები მათაც, ვინც ჩვენსავით არ ფიქრობს, მაგრამ ასევე უყვარს საქართველო და ოცნებობს მის საუკეთესო მომავალზე.

ჩვენგან დამოუკიდებელი მიზეზების გამო, ვერ მოხერხდა უფრო ფართო შეკრების მოწყობა, თუმცა წინ კიდევ ბევრი, დიდი თუ პატარა შეკრება გველის და საბოლოოდ მთელ ქვეყანას ერთ მუშტად შევკრავთ თავისუფალი არჩევნების მოსაპოვებლად.

საზოგადოებრივი მოძრაობა „ქართული ოცნება“ იქმნება როგორც საზოგადოების გამაერთიანებელი ძალა, რათა განხორციელდეს საზოგადოების კონტროლი და გავლენა სახელმწიფოს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პროცესებზე.

ძლიერმა მაღალი პასუხისმგებლობის მქონე საზოგადოებამ უნდა განსაზღვროს ქვეყნის ბედი და მომავალი. ხალხი უნდა მონაწილეობდეს ქვეყნის მართვაში და აკონტროლებდეს არჩეულ ხელისუფლებას.

მოძრაობა შექმნის რეგიონალურ სტრუქტურებს, რომელთა მთავარი ამოცანა იქნება სამართლიანი საარჩევნო გარემოს დამკვიდრებისათვის საზოგადოებისა და პოლიტიკური ძალების კონსოლიდაცია, რათა დემოკრატიული არჩევნების გზით ქვეყნის სათავეში მოვიდნენ ის პოლიტიკური ძალები, რომლებსაც ხალხი დაუჭერს მხარს.

საზოგადოებრივი მოძრაობა მოიზიდავს გამოცდილ პროფესიონალებს ისეთ საკითხებზე სამსჯელოდ, როგორიცაა: მართლმსაჯულება და ადამიანის უფლებები, ეკონომიკური

პოლიტიკა, სოფლის მეურნეობა, ეკოლოგია, ჯანდაცვა, სოციალური უზრუნველყოფა, განათლება, მეცნიერება, კულტურა, საგარეო პოლიტიკა, კონფლიქტების მოგვარება, რეგიონალური პოლიტიკა, ადგილობრივი თვითმმართველობა, ეროვნული უმცირესობები, უსაფრთხოება, ახალგაზრდობა და სპორტი.

შესაბამისი თემატური ჯგუფები შეისწავლიან ცალკეულ დარგებში არსებულ ვითარებას და შეიმუშავენ განვითარების ეფექტიან მოდელებს. ჯგუფებში გაიმართება კონსულტაციები კონკრეტული სფეროების ექსპერტებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და დიპლომატიური მისიების წარმომადგენლებთან.

ჩვენი მიზანია სახელმწიფოს აღმშენებლობა იმ დემოკრატიულ სტანდარტებსა და პრინციპებზე დაყრდნობით, რომელსაც ვერ უზრუნველყოფს არსებული ხელისუფლება.

2003 წლის „ვარდების რევოლუციამ“, მიუხედავად თავდაპირველი წარმატებებისა, ვერ გაამართლა საზოგადოების უდიდესი ნაწილის მოლოდინი.

სამოქალაქო საზოგადოება უხეშადაა ჩამოშორებული სახელმწიფოს მართვას. მოშლილია ადგილობრივი თვითმმართველობა. არჩევითი ორგანოები მმართველ ელიტას ემსახურებიან.

აბუჩადაა აგდებული ქვეყნის კონსტიტუცია. მისი გადაკეთებისა და ერთ ადამიანზე მორგების დამკვიდრებული პრაქტიკა ყოველგვარ სამართლებრივ და მორალურ ნორმებს სცილდება.

ნორმად იქცა საბიუჯეტო სახსრების ხარჯვის გაუმჭვირვალობა და არამიზნობრივი გამოყენება. გამეფებულია ელიტარული კორუფცია.

ადამიანის უფლებები პრაქტიკულად ყველა სფეროში ირღვევა. ციხეებში პოლიტიკური, უკანონო თუ მცირე დანაშაულის მქონე ათასობით პატიმარია გამოძწყვდეული დამამცირებელი და არაადამიანური მოპყრობის პირობებში. ზეწოლა ხორციელდება მათ ოჯახებზე, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ხელისუფლება არჩევნებისათვის ემზადება ან შექმნილი ვითარებით უფლებადამცველები ინტერესდებიან.

მასმედიის დიდი ნაწილი ხელისუფლების მორჩილებასა და საზოგადოების დეზინფორმაციაზეა ორიენტირებული. სამოქალაქო საზოგადოებას უკიდურესად შეზღუდული აქვს შესაძლებლობა, მიიღოს ობიექტური ინფორმაცია.

ქვეყანაში დამკვიდრდა ე.წ. ნომენკლატურული კაპიტალიზმი, რაც გულისხმობს ბიზნესის ლოიალობას და, ხშირ შემთხვევაში, სრულ ინტეგრაციას ხელისუფლებასთან. ეს გარემოება თავისთავად გამორიცხავს თავისუფალი კონკურენტული ბაზრის ჩამოყალიბებას და, შესაბამისად, სწრაფ ეკონომიკურ განვითარებას.

შედეგად მივიღეთ მონოპოლიებითა და კარტელური შეთანხმებებით მართული ეკონომიკა. ქვეყანაში არ არსებობს საშუალო ფენის, როგორც მდგრადი ეკონომიკური და პოლიტიკური სისტემის მთავარი გარანტის, ჩამოყალიბების წინაპირობა.

შორს ვარ იმ აზრისაგან, რომ არსებული ვითარება მოსწონთ იმ ბიზნესმენებს ან ჟურნალისტებს, რომლებიც ამ მანკიერი თამაშის წესებს ემორჩილებიან. დარწმუნებული ვარ, რომ სულ მალე ისინიც ჩვენ გვერდით იქნებიან საქართველოს უკეთესი მომავლის მშენებლობაში.

უმუშევრობა ინტენსიურად მატულობს. დამახინჯებული ოფიციალური მონაცემების მიხედვითაც კი, ტენდენცია მკვეთრად უარყოფითია. უკიდურესად დამძიმდა ვითარება სოფლად. სოფელი ღატაკდება და იცლება.

დემოგრაფიული მაჩვენებლების ვარდნა ჩვენი შვილების თაობას ნაციონალურ კატასტროფას უქადის. ასიათასობით ჩვენი მოქალაქე, ქართველი თუ არაქართველი, გადახვეწილია ქვეყნიდან და, ხშირ შემთხვევაში, მონური შრომით ახერხებს ფიზიკურ გადარჩენას.

ცალკეული სოციალური პროგრამების მიუხედავად, არცერთი წარმატებული რეფორმა არ განხორციელებულა ჯანდაცვის სფეროში.

მოშლილია განათლების სფერო, ხოლო მეტ-ნაკლებად წარმატებულ სასწავლებლებში დაწესებული გადასახადები მრავალი ოჯახისათვის ხელმიუწვდომელია. უყურადღებოდაა მიტოვებული ქართული კულტურა, ანუ ის, რითაც ჩვენ ყოველთვის ვამაყობდით.

საქართველოს უმძიმესი დარტყმა მიაყენა 2008 წლის აგვისტოს ომმა. უბედურება ეწვია მრავალ ქართულ, აფხაზურ და ოსურ ოჯახს, კონფლიქტებით გავლებული საზღვრების სხვადასხვა მხარეს დარჩნენ ოჯახის წევრები და ახლობლები. საქართველოს ტერიტორიების დიდი ნაწილი ოკუპირებულია. სავალალო პირობებში ცხოვრობს ათასობით დევნილი.

საერთაშორისო ორგანიზაციების მასალების ანალიზი მოწმობს, რომ შესაძლებელი იყო კონფლიქტის ესკალაციის არიდება. უფრო მეტიც, შესაძლებელი იყო სამშვიდობო პროცესების წარმატებით განვითარება, რომ არა ხელისუფლების მიერ დაშვებული მძიმე შეცდომები.

ხელისუფლებას არ გააჩნია კონფლიქტების მოგვარების პოლიტიკური რესურსები. არ არსებობს არც გეგმაზომიერი სტრატეგია, ხედვა მაინც, რომლის განვითარების ხელშესაწყობად მზად იქნებოდა საერთაშორისო თანამეგობრობა.

ხელისუფლების „სტრატეგიის“ ერთადერთ მიმართულებად რჩება აპრობირებული „რუსული საფრთხის პრევენციის“ პრინციპი. ხელისუფლება ამ მოტივით ამართლებს სხვადასხვა ბრალდებით პოლიტიკურად აქტიური პირების დაჭერას, შპიონაჟის და ტერორიზმის ისტერიას, მოქალაქეთა უფლებების შეზღუდვებს.

რუსეთის აგრესიასთან „პერმანენტული ბრძოლის“ მიზეზითვე ამართლებენ 2011 წლის 26 მაისს საპროტესტო აქციის განსაკუთრებული სისასტიკით დარბევას.

სახელისუფლებო პოლიტიკის ერთ-ერთ მთავარ შემადგენელ ნაწილად იქცა მართლმადიდებელი ეკლესიის დისკრედიტაციის და შიდა დაპირისპირების გაღვივების მცდელობა. რომ არა პატრიარქის სიბრძნე, გარდაუვალი იქნებოდა კონფრონტაცია კონფესიებსა და ეროვნებებს შორის, რომელთა მშვიდობიანი თანაცხოვრებით ამაყობს ჩვენი ქვეყანა.

როგორც წესი, ხელისუფლებას მხოლოდ წინასაარჩევნო კამპანიის დროს ახსენდება ჩვენი თანამემამულე ეთნიკური უმცირესობები. თვალშისაცემია საზოგადოებაში მათი ინტეგრაციის მინიმალური ხარისხი. უკიდურესად დაბალია მმართველ რგოლებში მათი წარმომადგენლობის დონე.

თვითნებურად ყალიბდება საარჩევნო კანონმდებლობა. საგანგებო სახელისუფლებო ჯგუფი მუშაობს გაყალბების უკვე გამოყენებული პრაქტიკისა და მეთოდების დასახვეწად.

ძალაუფლების შენარჩუნებისათვის ხელისუფლებამ მიზნად დაისახა ჩვენი სრული გაუცხოება სამშობლოსაგან. მისი იდეოლოგია არის აპათია, მისი გეგმა – გათიშე და იზატონე, მისი ლოზუნგია – ვინც ჩემთან არაა, ჩემი მტერია.

განსაკუთრებით მინდა შევეხო ახალგაზრდა სახელმწიფოსათვის აუცილებელი რეფორმებისა და, ზოგადად, ცვლილებების თავსებადობას საზოგადოების მოთხოვნებთან. ჩემი ღრმა რწმენით, არაადეკვატური მართვის სტრატეგიის გამო, დღეს რეფორმის ცნება აშკარად დამახინჯებულია.

რეფორმებად წოდებულმა გაუზრებელმა მოქმედებებმა საზოგადოებრივი ცხოვრებიდან გარიყა ინტელექტუალური და შრომითი რესურსების დიდი ნაწილი.

რეფორმებმა, რომლებზეც ხელისუფლება გამუდმებით საუბრობს, დიდი ხანია ხალხზე ჩატარებული ცინიკური ექსპერიმენტის ხასიათი მიიღო. რეფორმებით მართლდება უმუშევრობა, სოციალური სიდუხჭირე, ჩამორჩენა განათლებისა და ჯანდაცვის სფეროებში, ეკონომიკასა და სოფლის მეურნეობაში, სავალალო მდგომარეობა სასამართლო ხელისუფლების სისტემაში.

ხელისუფლების წარმომადგენლები თვლიან, რომ მათი ფსევდორეფორმებით აღშფოთების მიზეზი ქართული საზოგადოების მენტალიტეტია, თითქოს ქართული კულტურა მწელად თავსებადია ლიბერალური დემოკრატიისა და კანონის უზენაესობის პრინციპებთან. მათ მიაჩნიათ, რომ საზოგადოება ბნელია და ეწინააღმდეგება მისთვისვე სასიკეთო ცვლილებებს.

სინამდვილეში საქმე სწორედ რომ პირიქით არის. მრავალსაუკუნოვანი ქართული კულტურის უნიკალობა იმითაც გამოიხატება, რომ ქართველი ხალხი შეუცდომლად გრძნობს და მხარს უჭერს ხოლმე ისეთ ნოვაციასა და ცვლილებებს, რაც ქვეყნისა და საზოგადოების ინტერესებშია.

ჩვენს საზოგადოებაში ყოველთვის არსებობდა და დღესაც არსებობს წესრიგის, კანონიერების, სამართლიანობის მოთხოვნა. ვიმეორებ, ხალხი მზადაა მიიღოს და მხარი დაუჭიროს ისეთ რეფორმებს, რომლებიც რეალურად პასუხობს მათ ინტერესებს.

ამის ნათელი ნიმუშია ის ორი პრეცედენტი, რომელიც ამ გაუზრებელი, არსებითად თვითმიზნური რეფორმების პროცესში გამოვლინდა. ერთიანი ეროვნული გამოცდების შემოღებამ კორუფციის სამარცხვინო ლაქა ჩამორეცხა საქართველოს განათლების სისტემას. საზოგადოება ერთსულოვანი მოწონებით შეხვდა ხელისუფლების ამ ნოვაციას, მაგრამ ამ კონკრეტული რეფორმის იქით განათლების სისტემაში უმძიმესი შეცდომებია დაშვებული.

წარმატებული იყო სამართალდამცავი სისტემის რეფორმაც, რომლის შედეგად მივიღეთ არაკორუმპირებული, კრიმინალთან ეფექტიანად მეზრძოლი პოლიცია. ამ რეფორმას საქართველოში არ მოჰყოლია რაიმე რყევა, იგი მიმდინარეობდა სწორედ რომ ქართული საზოგადოების გამოკვეთილი მხარდაჭერის ფონზე.

დღეს საქართველოს პოლიციაში ათიათასობით ჩვენი თანამემამულე მუშაობს პროფესიული ღირსების შეგნებით. მით უფრო სამწუხაროა, რომ ასეთ თვალსაჩინო წარმატებას

თან მოჰყვა განუკითხავი სადამსჯელო ოპერაციები, გაუმართლებელი ადამიანური მსხვერპლი და, რაც მთავარია, სამართალდაცვის სტრუქტურების დაუფარავი პოლიტიზაცია, როდესაც მათ ხელისუფლება საზოგადოების დათრგუნვისა და დაშინების იარაღად იყენებს. ეს ანგრევს მიღწეულ წარმატებას.

ჩვენ ისეთი სახელმწიფო გვჭირდება, სადაც სახელმწიფო ბიუროკრატია ემსახურება ხალხს და არა მმართველ პოლიტიკურ ელიტას.

საზოგადოების მოთხოვნაა სამართლიანობა და არა რეპრესია, რასაც ყოველ ნაბიჯზე ვხვდებით დაწყებული საშუალო სკოლებიდან, დამთავრებული სასამართლო ხელისუფლებით.

ხელისუფლებისათვის ჩვენ ყველა – სხვაგვარად მოაზროვნეები, ქვეყნის მტრები და მოღალატეები ვხდებით მაშინაც კი, როდესაც უშუალოდ ნაციონალურ მოძრაობას ან მის ლიდერს კი არ ვუპირისპირდებით, არამედ ვითხოვთ სამართლიან სასამართლოს, გამჭვირვალე საარჩევნო სიებს, თავისუფალ მედიას, ანუ უბრალოდ ვიცავთ ჩვენს კონსტიტუციურ უფლებებს. უფლებებს, რომლებმაც ჩვენ და ჩვენი სამშობლო ცივილიზებული სამყაროს ნაწილად უნდა აქციოს.

დღეს ჩვენ ისეთი სახელმწიფოს მოქალაქეები ვართ, რომლის მმართველიც, მის მიერ ჩადენილ შეცდომათა გამო, მიუღებელია საერთაშორისო და საშინაო ასპარეზზე. ხელისუფლებამ სრულად ამოწურა ყველა საშინაო და საგარეო კაპიტალი და იქცა მთავარ ხელშემშლელ ძალად ჩვენი საზოგადოებისა და სახელმწიფოს განვითარების გზაზე.

დადგა დრო, თვალი გავუსწოროთ სიმართლეს და ჩვენს თავს დავუსვათ შეკითხვა: ხომ არ შეეგუა საქართველოს საზოგადოება არსებულ რეალობას – იმას, რომ გვისმენენ და გვითვალთვალებენ, უტიფრად გვატყუებენ, ღირსებას გვიღახვენ, ხომ არ შევეგუეთ იმას, რომ „უპურო სანახაობის“ ქვეყანაში ვცხოვრობთ.

დადგა დრო, დავუბრუნოთ საქართველოს წარსული და ავაშენოთ ღირსეული მომავალი, ვიყოთ პირნათელი წინაპრებისა და მომავალი თაობის წინაშე.

მიგვაჩნია რომ:

სახელმწიფოს მართვის სისტემა უნდა დავაფუძნოთ ადამიანის საყოველთაოდ აღიარებული უფლებების განუხრელ დაცვაზე;

უნდა აღვადგინოთ ბალანსი აღმასრულებელ, საკანონმდებლო და სასამართლო ხელისუფლებას შორის, რაც გამორიცხავს ძალაუფლების თავმოყრას ერთი პოლიტიკური ძალის ხელში და ავტორიტარულ მმართველობას;

ნებისმიერი საკონსტიტუციო ცვლილება ან განსაკუთრებული სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობის კანონი უნდა მივიღოთ მხოლოდ საზოგადოებასთან კონსულტაციების საფუძველზე;

მთავრობის საქმიანობა უნდა იყოს მაქსიმალურად გამჭვირვალე და მისი დამქირავებლის – საქართველოს ხალხის ინტერესების გამომხატველი, როგორც საბიუჯეტო ხარჯების, ისე ეროვნული უსაფრთხოების პოლიტიკის დაგეგმვისას;

მედია უნდა გავათავისუფლოთ სახელმწიფო კონტროლისაგან, იგი უნდა იქცეს ხელისუფლების კონტროლის მექანიზმად, რაც საზოგადოებას საშუალებას მისცემს მრავალმხრივი, მიუკერძოებელი ინფორმაციის საფუძველზე გააკეთოს არჩევანი;

სასამართლო უნდა დავიცვათ ნებისმიერი გარე გავლენისგან, ხოლო მართლმსაჯულების აღსრულება უნდა დავაფუძნოთ ერთადერთ პრინციპზე – კანონის უზენაესობაზე.

გვწამს, რომ ამ პრინციპებისადმი საზოგადოების თითოეული წევრის ერთგულება „ქართული ოცნების“ ასრულებამდე მიგვიყვანს.

დღეიდან ჩვენი მიზანია:

ისეთი სახელმწიფოს აშენება, სადაც თითოეული მოქალაქისა და მთელი ქვეყნის კეთილდღეობის წარმატების საწინდარი იქნება პატიოსნება, ღირსება და პროფესიონალიზმი;

ჩვენი აფხაზი და ოსი თანამოქალაქეების ნდობის მოპოვება და ქვეყნის გამთლიანება;

ჩვენი მოქალაქეების დასაქმება და ღირსეული შემოსავლის უზრუნველყოფა;

დასავლური დემოკრატიის ღირებულებათა დანერგვა, ევრო-ატლანტიკურ სივრცეში ინტეგრაცია და არა ევროპისაკენ სვლის იმიტაცია;

სამართლიანობის დამკვიდრება და ჩვენს თანამემამულეებში იმედისა და რწმენის გაძლიერება;

ჩვენი მიზანია საქართველოს გამარჯვება და არა ვინმეს დამარცხება.

ჩვენ არ ვაპირებთ ახალი ისტორიის დაწერას 2012 წლიდან. ჩვენი ვალია აღვადგინოთ კავშირი წარსულსა და მომავალს შორის და ამ ჯაჭვში შევინარჩუნოთ საქმენივ და ადამიანებიც, რომლებმაც ამ წლებში მოახერხეს და ემსახურებოდნენ არა ხელისუფლებას, არამედ ქართულ სახელმწიფოს. ჩვენ ერთად უნდა ვაშენოთ მომავლის საქართველო.

ჩვენი მიზნების აღსრულება არ არის უბრალოდ ჩვენი არჩევანი, ეს ჩვენი უზენაესი მოვალეობაა.

ერთად ავაშენოთ თავისუფალი, ღირსეული მოქალაქეებით დასახლებული, ყველასათვის საოცნებო საქართველო!

დანართი 4.

დავით ბაქრაძის გამოსვლა. ყვარელი. ილია ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი. 25.10.13 October 25, 2013 at 6:10pm. <https://www.facebook.com/notes/629602323757916/> მოპოვებულია 14.10.2015

ძვირფასო მეგობრებო,

ძვირფასო თანამებრძოლებო!

დღეს მთავრდება 2013 წლის საპრეზიდენტო წინასაარჩევნო კამპანია.

ზეგ არჩევნებია. ბოლო 4 თვის განმავლობაში კიდევ ერთხელ მოვიარე პრაქტიკულად მთელი საქართველო, შევხვდი და ხელი ჩამოვართვი ათობით ათას ადამიანს. და დღეს, კამპანიის ბოლო დღეს, მინდა დიდი მადლობა ვუთხრა თითოეულ მათგანს - მადლობა ბრძოლისთვის, დაუღალავობისთვის, შემართულობისა და გაუტეხელობისათვის! მადლობა სიყვარულისთვის და იმედისთვის, რომელსაც მათ თვალეში ვხედავდი! მადლობა იმისთვის, რომ ამ რთულ პერიოდში თითოეულმა მათგანმა შესძლო დაეცვა და შეენარჩუნებინა თავისი რწმენა, იდეალები და ღირებულებები! რწმენის შენარჩუნება მხოლოდ ღირსეულ ადამიანთა ხვედრია და მე ბედნიერი ვარ, რომ ჩემს ქვეყანას ამდენი ღირსეული ადამიანი ჰყავს!

კარსმოდგარი არჩევნები მრავალმხრივ არის მნიშვნელოვანი. გადაჭარბების გარეშე შეიძლება ითქვას, რომ ეს წყალგამყოფი არჩევნებია, რომელიც გამოავლენს არა მხოლოდ იმას, თუ ვინ დაიკავებს პრეზიდენტის მაღალ პოსტს, არამედ ეს არჩევნები

გვაძლევს შანსს, დავასრულოთ დაპირისპირებების ეპოქა ქართულ პოლიტიკაში, გავაკეთოთ მკაფიო არჩევანი ქვეყნის თავისუფლების სასარგებლოდ და განვაახლოთ ევროპული, დემოკრატიული საქართველოს შენება.

27 ოქტომბერს საქართველო პირველად ირჩევს პრეზიდენტს 2012 წლის ხელისუფლების მშვიდობიანი გადაბარების შემდეგ, პირველად ირჩევს პრეზიდენტს, რომელიც არ იქნება აღმასრულებელი ხელისუფლების მეთაური, არამედ მსგავსად რიგი ევროპული ქვეყნებისა, საპარლამენტო რესპუბლიკაში პოლიტიკური კულტურის და დემოკრატიული განვითარების ლიდერი იქნება.

საქართველო ირჩევს ქვეყნის საგარეო ორიენტაციის წარმმართველსა და სახეს, რომელმაც ხალხის მანდატით, ყოველგვარი ორჭოფობის, მიკიბ-მოკიბვის, ორმაგი სტანდარტების გარეშე უნდა განსაზღვროს განვითარების არჩეული ევროპული, ევრო-ატლანტური გზა. ჩვენი ხედვით პრეზიდენტი უნდა იყოს ამ გზის განუხრელი, მტკიცე დამცველი.

ეს იმას ნიშნავს, რომ პრეზიდენტობის კანდიდატი მკაფიო ხედვით უნდა წარდგეს თავისი ქვეყნის მოსახლეობის, ამომრჩევლის წინაშე, სადაც საქართველოს განვითარების უმთავრესი ღირებულებები იქნება გაცხადებული.

იმისათვის, რომ აღვნიშნოთ, თუ რა არის ჩვენი ღირებულებების მთავარი სვეტები, მთავარი ქვაკუთხედი, ჩვენ ყვარელში ჩამოვედით - და ეს არა არის შემთხვევითი.

ყველა ერს ჰყავს პიროვნებები, რომელთაც ერის მამად შერაცხავს ხალხის ბრძნული კოლექტიური გონი. საქართველოსთვის ასეთი დიდი ილია ჭავჭავაძეა. სწორედ ამიტომ ვართ შეკრებილები დღეს, წინასაარჩევნო კომპანიის დასკვნით დღეს, ქართველი ერის უდიდესი მოღვაწის, დიდი ილიას მშობლიურ სახლში.

ჩვენი აქ ყოფნა თავისთავად ხაზის გასმაა ჩვენი ერთგულებისა ილიას იდეების, მისი ღირებულებების მიმართ. ჩვენი განვითარების გზა, ახალი საქართველოს მოწყობის წესი და ღირებულებების სისტემა პირდაპირ გამომდინარეობს, ეფუძნება, თანამედროვე ჟღერადობით ეხმიანება დიდი ილიას ყველაზე მოწინავე იდეებს.

ილია თანამედროვე საქართველოს დამფუძნებელი მამაა და მისი ხმა ჩვენგან, ჩვენი პოლიტიკური თაობისაგან დღესაც უპირველესად ქვეყნის თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობის იდეის ერთგულებას ითხოვს.

ილია ლელთ ღუნას პირით ბრძანებდა - „ჩვენი თავი ჩვენადვე უნდა გვეყუდნოდეს“-ო. ამის გარეშე წარმოუდგენელია ჩვენი მომავალი. საქართველომ უნდა დაიცვას თავის უმთავრესი მონაპოვარი, თავის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა. საქართველომ უნდა მიაღწიოს მყარ, ხანგრძლივადიან გარანტიას თავის თავისუფლებისა.

ამისათვის მივისწრაფით ნატოს წევრობისაკენ, ევროკავშირისაკენ. ამიტომ ვფიქრობთ, რომ ყოველგვარი საუბრები ევრაზიულ კავშირსა და რუსეთის მიერ შექმნილ სხვა რომელიმე ერთობაზე დიდი საფრთხეა.

ჯერ კიდევ ილიას ეპოქაში ევროპული არჩევანი საქართველოსი ცხადი იყო თერგდალეულების თაობისათვის. ილიას ძალისხმევა საქართველოში ევროპული განათლების შემოტანისათვის, ევროპული ეკონომიკის მოწინავე იდეების საქართველოში დასანერგად წამყვანი ლაიტმოტივი იყო მისი მოღვაწეობისა. ევროპულ სახელმწიფო აზროვნებას, რომელიც პიროვნულ თავისუფლებასა და შრომით მოპოვებულ განვითარებას და სიმდიდრეს ემყარება, ეფუძნებოდა ილიასა და მისი თანამოაზრეების იდეოლოგია.

ილია და მისი თანამებრძოლები პრაგმატულადაც ევროპას, ამერიკას და დასავლეთს ირჩევდნენ - სივრცეს სადაც ადამიანი მეტად თავისუფალია, სადაც ადამიანის შრომა მეტად ფასდება, სადაც ადამიანის ინიციატივა და სწრაფვა განახლებისაკენ წახალისებულია საზოგადოებისაგან, სამყაროს რომელიც თავისუფლების, თანასწორობის იდეებს ეფუძნება და არა შეზოჭილობასა და დათრგუნულობას , რაც სუფევდა იმდროინდელ რუსეთის იმპერიაში.

ილიას კვალდაკვალ დღეს ჩვენი პარტია საქართველოს ევროპული არჩევანის მთავარი დამცველი ძალაა! ჩვენ ყველაფერს ვაკეთებდით და გავაკეთებთ, რომ საქართველო გახდეს ნატოსა და ევროკავშირის წევრი! დღეს სრულიად ნათელია, რომ ეს ერთადერთი საკითხია, სადაც დღევანდელ მთავრობას ყველაზე მეტად სჭირდება კონტროლი!

სამწუხაროდ, ბოლო ერთი წლის განმავლობაში ჩვენი მეგობრების მუდმივი გაწბილება და რუსეთთან დათმობის ენაზე საუბარი მუდმივ ტენდენციად იქცა! დიახ, მე მინდა ურთიერთობების გაუმჯობესება რუსეთთან, მაგრამ ცალსახად ვაცხადებ, რომ ეს

ურთიერთობა ვერ გაუმჯობესდება საქართველოს ეროვნული ინტერესების ხარჯზე! რუსეთთან ურთიერთობები გაუმჯობესდება მხოლოდ მაშინ, თუ ის მიხვდება - შეუძლებელია საქართველოს დამორჩილება, მისი გადაყვანა ევროპული გზიდან! ასე იყო ლიტვაში, პოლონეთში, ესტონეთში და ასე იქნება საქართველოშიც!

მე ვიცი, რა ნიშნავს რუსეთთან დიალოგი. მე ვიყავი მონაწილე იმ მოლაპარაკებების, რომლის შედეგადაც საქართველოდან გავიდნენ რუსი მესაზღვრეები; მე ვიყავი მონაწილე იმ მოლაპარაკებების, რომლის შედეგადაც 1999 წელს რუსეთი დათანხმდა საქართველოდან ბაზების გაყვანას. ამიტომ მე ვიცი, როგორი უნდა იყოს შედეგზე ორიენტირებული დიალოგი რუსეთთან - კონსტრუქციული, მშვიდი, მაგრამ ამავე დროს უკიდურესად პრინციპული, კრიტიკული და ქვეყნის ინტერესებზე ორიენტირებული. და ნებისმიერი სხვა ფორმა - თავის დახრა, კრიტიკაზე უარის თქმა, პირფერობა - ყველაფერი მხოლოდ საპირისპირო შედეგამდე მიგვიყვანს.

დიდი ილიას ნანატრი თავისუფლება თავისუფლება მიიღწევა არა დათმობებით, არამედ პრინციპულობით და საკუთარი ინტერესების დაცვით! სწორედ ამის დასტურია დღეს ჩვენი სამშობლოს გულში გავლებული ახალი მავთულხლართები და მიტაცებული მიწები!

ამიტომ, დათმობების გზა ჩიხია. ჩვენ უნდა შევქმნათ რუსეთთან ცივილიზებული ურთიერთობის ისეთი მოდელი, რომელიც არასოდეს გვქონია და ეს შესაძლებელია მხოლოდ მაშინ, როცა ჩვენ ვიქნებით ნატოსა და ევროპის ნაწილი. ჩვენ პოლიტიკურ თაობას ისტორიული მისია აქვს - მივაღწიოთ საქართველოს დაბრუნებას ევროპაში. არ უნდა შევცდეთ, არ უნდა შევშინდეთ და არ უნდა დავიღალოთ!

განა ეს არ იყო დიდი ილიას ოცნება? თავისუფალი საქართველო, თანასწორი და ღირსეული წევრი მსოფლიო ხალხთა თანამეგობრობისა! არა ვასალი და ყმა, რომელიც რუსეთს დიდ მეზობელს უწოდებს, ხოლო თავისივე ქვეყანა პატარა უმნიშვნელო სოფლად მიაჩნია!

როგორც საქართველოს პრეზიდენტი, მე ვიქნები გარანტი იმისა, რომ არასდროს, არცერთ ვითარებაში არ ვუღალატებთ ილიას იდეას - ჩვენი თავი ჩვენადვე გვეყუდნოდეს!

დღეს 25 ოქტომბერია ილიას უფროსი მეგობრისა და დიდი პატრიოტის დიმიტრი ყიფიანის გარდაცვალების დღე. ის რუსეთის იმპერიის მაშინდელმა სპეცსამსახურებმა მუხანათურად მოკლეს. დიმიტრი ყიფიანისა და ილიას დროს ჩვენ არ გვქონდა ჩვენი სახელმწიფო - დღეს კი გვაქვს და მთავარი ვალდებულება ჩვენი არის გავუფრთხილდეთ ამ თავისუფლებას და არაფერზე, არაფერზე, არაფერზე არ გავცვალოთ!

მეგობრებო! თუკი ვინმეს შეიძლება ვუწოდოთ საქართველოს თანამედროვე და ევროპული გზის სულისჩამდგმელი - ეს ილის ჭავჭავაძეა! მას არასოდეს ეშინოდა სიახლის, არასოდეს ეშინოდა რეფორმების, რომელიც საქართველოს თანამედროვე სამყაროს დაუახლოვებდა!

ილია ასევე გახლდათ მოწინავე, ლიბერალური ეკონომიკის სულისჩამდგმელი, საქართველოს საბანკო სისტემის დამფუძნებელი, უდიდესი მოამაგე ცოდნის და განათლების გავრცელებისა!

ინიციატივასა და შრომაზე დაფუძნებულ განვითარებას დღესაც არ აქვს ალტერნატივა. საქართველოს ვერ გადაარჩენს და არ გადაარჩენს ერთი მდიდარი ადამიანის წყალობა, და ოცნება, რომ ეს ერთი ადამიანი გამოკვებავს ყველას და არჩენს ქვეყანას. ასეთი ოცნება არ მუშაობს და ასეთი დაპირება ფუჭია.

მაგრამ ჩვენ ერთი წლის წინ გვესმოდა ბევრი ისეთი დაპირებაც, რომელიც უნდა შესრულდეს და ჩვენი ვალია ამისათვის - ვაკონტროლოთ მთავრობა!

რატომ უნდა ვაკონტროლოთ მთავრობა? იმიტომ, რომ ერთი წლის წინ ეს მთავრობა მოვიდა დაპირებით, რომ გააუმჯობესებს ხალხის ცხოვრებას, ააშენებს ახალ ქარხნებს და საწარმოებს, ღირსეული დასაქმების საშუალებას მისცემს ჩვენ მოქალაქეებს, გაანახევრებს ტარიფებს და 230 ლარამდე გაზრდის პენსიებს.

ერთი წელია მოთმინებით ვუყურებთ ახალ მთავრობას და ვხედავთ, რომ ნაცვლად ახალი საწარმოების გახსნისა, არსებულები ჩერდება და იხურება - ბიზნესი გაჩერებულია. ნაცვლად ახალი სამუშაო ადგილების შექმნისა, მხოლოდ 3 თვეში 42 000 სამუშაო ადგილი დაიკარგა, სოციალური დაპირებების შესრულების ნაცვლად თითქმის 30 000 ადამიანი ამოიღეს შემწეობის მიმღებთა სიიდან - 84 საჯაროდ გაცემული დაპირებიდან 76 დღემდე შეუსრულებელია! ოცნება არ მუშაობს მეგობრებო! დაპირებები არ სრულდება და ამას დღეს ყველა ხედავს!

მომავალმა პრეზიდენტმა არ უნდა დაუშვას, რომ მთავრობამ დაივიწყოს ის, რისთვისაც ხალხმა ხმა მისცა 1 ოქტომბრის არჩევნებში. პრეზიდენტმა ხალხთან ერთად უნდა აიძულოს მთავრობა, მთავარ ამოცანად გაიხადოს არა პოლიტიკური დაპირისპირება, არამედ ხალხზე ზრუნვა და ხალხის მდგომარეობის გაუმჯობესება. და ამავე დროს, თვითონ პრეზიდენტსაც უნდა შეეძლოს მთავრობასთან ერთად მუშაობა და მისი დახმარება ამ მიზნების მისაღწევად. ვფიქრობ, სწორედ ასეა ახალი პრეზიდენტის ამოცანა და სწორედ ასეთ მიდგომას ვთავაზობ ჩვენს საზოგადოებას.

იმედი მაქვს, საპარლამენტო ოპოზიციის ლიდერობის ერთი წლის განმავლობაში მე დავამტკიცე, რომ შემიძლია ერთდროულად ვიყო კრიტიკულიც და კომპრომისულიც, მწვავეც და კონსტრუქციულიც, შემიძლია მოვთხოვო ხელისუფლებას საქმის გაკეთება და ამავე დროს შემიძლია დავეხმარო კიდეც მას ამ საქმის გაკეთებაში.

განსხვავებით სხვა პოლიტიკური ძალებისგან, ჩვენი ფუნქცია მხოლოდ კრიტიკა არაა! ჩვენ უნდა ყოველთვის გვქონდეს რეალური გეგმა ჩვენი მოქალაქეების ცხოვრების დონის გაუმჯობესებისათვის, სამუშაო ადგილების შექმნისათვის, ბიზნესის წინსვლისათვის, ეკონომიკის ზრდისათვის!

სწორედ ამიტომ, მე, როგორც პრეზიდენტობის კანდიდატი, კიდეც ერთხელ ვთავაზობ მთავრობას, ერთად გადავდგათ 3 ნაბიჯი ეკონომიკის გაჯანსაღების და ასეულობით ათასი ქართული ოჯახის უკეთ ცხოვრებისთვის:

1. გავაგრძელოთ გადასახადების შემცირება, რითიც თითოეული ოჯახი მეტ შემოსავალს მიიღებს;
2. უარი ვთქვათ ახალი რეგულაციების შემოღებაზე, რითიც შევქმნით სტაბილურ საინვესტიციო გარემოს და მოვიზიდავთ ინვესტიციებს;
3. მოვახდინოთ ეკონომიკური ამნისტირება და ეკონომიკური დანაშაულის დეკრიმინალიზაცია, რითიც ბიზნესს შევუქმნით დაცულობის განცდას და სწორედ დაცული და გაფართოებული ბიზნესის შედეგად, შევქმნით ახალ სამუშაო ადგილებს.

ამ ყველაფრის სანაცვლოდ დღეს ხალხს აღარაფერს პირდებიან გარდა ერთისა - რომ არჩევნების შემდეგ კოაბიტაცია დამთავრდება! ანუ იქნება არა ურთიერთთანამშრომლობა, არა ურთიერთკონტროლი, არა საზოგადოების

კონსოლიდაცია - არამედ ის, რითაც დღევანდელი მთავრობა ისედაც არის დაკავებული მთელი ერთი წელი - დაპირისპირება, დაპირისპირება და დაპირისპირება!

საქართველო ყოველთვის არ უნდა იმეორებდეს ერთსა და იგივე შეცდომას. მთავარი ამ შეცდომათაგან დაპირისპირება და პოლიტიკურ პარტიებს შორის სიძულვილია. ახლაც, როგორც ილიას დროს, სხვადასხვა პოზიციაზე მდგომი დასები ერთმანეთს უპირისპირდებიან და ავიწყდებათ, რომ ამ დაპირისპირებაში საქართველო აგებს.

სწორედ ამიტომ, დღეს მინდა კიდევ ერთხელ განვაცხადო - ამ დაპირისპირების პოლიტიკას საქართველოში წერტილი უნდა დაესვას! მინდა მკაფიოდ დავადასტურო - „ნაციონალური მოძრაობა“ არასდროს არ დადგება რევანშიზმისა და სამაგიეროს გადახდის გზას!

ხალხი დაიღალა მუდმივი დაპირისპირების, შუღლის და დამაბულობისგან. შევწყვიტოთ ეს დაპირისპირება და მთელი ჩვენი ენერგია მოვახმაროთ ქვეყნის განვითარებას და ხალხის უკეთ ცხოვრებას. მაშინ, როდესაც ჩვენ მთლიანად დაკავებული ვართ ერთმანეთთან ჩხუბით, გვავიწყდება, რომ ხალხს სჭირდება დასაქმება, სამუშაო ადგილები, გაზრდილი პენსია, სოფლის განვითარება, აშენებული ინფრასტრუქტურა, წესრიგი და ევროპული მომავალი.

ამიტომ გთავაზობთ - ვიმუშავოთ ერთად ქვეყნის განვითარებისთვის და თუ მთავრობის გეგმა შემდგომი დაპირისპირებაა, ჩვენი გეგმაა - ურთიერთთანამშრომლობა ხალხის საკეთილდღეოდ! მე მზად ვარ ვიმუშაო მთავრობასთან და მიუხედავად უამრავ საკითხზე განსხვავებული შეხედულებებისა მივალწიო იმას, რაც ხალხს ყველაზე მეტად სჭირდება - მეტ სამუშაო ადგილს, უკეთეს ანაზღაურებას და უფრო მეტად დაცულ ოჯახებს!

და ბოლოს: ილია ჭავჭავაძე იყო მთავარი მქადაგებელი შემწყნარებლობისა - იმ მთავარი ღირებულების, რასაც ჩვენი მრავალეთნიკური და მრავალრელიგიური სამშობლოს ერთიანობა ეფუძნება.

საქართველო ვერ გამთლიანდება მანამ, სანამ, პირველ რიგში არ გამთლიანდება ქართული საზოგადოება. ჩვენი ყველას მთავარი ამოცანა კი იყო და იქნება გამთლიანებული, ერთიანი, თავისუფალი, ძლიერი საქართველოს შექმნა. შექმნა ისეთი

ქვეყნისა, სადაც თითოეული მოქალაქე თავისუფალ, ღირსეულ ადამიანად გრძნობს თავს, იმისდა მიუხედავად, თუ რომელი უმცირესობის წევრია; სადაც არავინ ხდება ძალადობის მსხვერპლი მისი არჩევანის, ან წარმომავლობის გამო; სადაც თავისუფალი არჩევანია მთავარი ღირებულება და ყველას საკუთარი შრომით და ნიჭით შეუძლია მოიპოვოს კეთილდღეობა.

მხოლოდ ასეთი ქვეყანა შეძლებს, მშვიდობიანად გაუმკლავდეს ყველაზე დიდ გამოწვევებს, რომელიც ჩვენს წინაშე დგას - დაასრულოს რუსული ოკუპაცია და აღადგინოს საკუთარი ერთიანობა; გახდეს ნატოს და ევროკავშირის წევრი; საერთო გამონახოს ჩვენს აფხაზ და ოს ძმებთან და შეუქმნას ამ ქვეყნის თითოეულ მოქალაქეს ეკონომიკური კეთილდღეობა და ღირსეული ცხოვრების პირობები! მხოლოდ ასეთი ქვეყანა შეძლებს, დაასრულოს დიდი ილიას ოცნება თავისუფალი, ევროპული და თანამედროვე საქართველოს შესახებ!

ასეთი ქვეყანის აშენებას კი სჭირდება, რომ მომავალი პრეზიდენტი იყოს მთელი ქვეყნის, თითოეული მოქალაქის პრეზიდენტი და ზრუნავდეს ყველა ადამიანის უკეთ ცხოვრებაზე, დამოუკიდებლად მისი პოლიტიკური სიმპატიებისგან; რომ პრეზიდენტი იყოს ქვეყნის სტრატეგიული ეროვნული ინტერესების დაცვისა და ევროპული და ევროატლანტიკური კურსიდან არგადახვევის გარანტი; რომ ქვეყანას ჰყავდეს პრეზიდენტი, რომელიც იქნება დამოუკიდებელი მთავრობისგან და ხალხთან ერთად გააკონტროლებს მთავრობას, რათა არ იქნას დავიწყებული ის დაპირებები, რომელთა შესრულებაც ასე სჭირდება ხალხს; და ამავე დროს, იყოს პრეზიდენტი, რომელსაც შეეძლება ყველა პოლიტიკურ ძალასთან და მთავრობასთან საერთო ენის გამოძებნა და მუშაობა ქვეყნის და ხალხის საკეთილდღეოდ.

ამიტომ, ჩემო მეგობრებო, თუ ჩვენი ღირებულებების მთავარი ქვაკუთხედები თავისუფლება, განახლებისაკენ სწრაფვა და მრავალფეროვნების პატივისცემა იქნება, თუ ჩვენი ცხოვრების წესი „მოდრაობა და მოძრაობაა“, თუ ჩვენ განუხრელად დავიცავთ ჩვენი დიდი წინაპარის იდეებს და ქვეყანაზე ვიფიქრებთ, და არა ტაშზე - ჩვენი პოლიტიკური ძალა ღირსი იქნება გამარჯვების!

მეტიც! ეს იქნება არა მხოლოდ პარტიის გამარჯვების გზა, არამედ მთელი ქვეყნის და თითოეული ჩვენი მოქალაქის კეთილდღეობის, სიმშვიდის და მშვიდობისკენ მიმართული გზა.

მე დარწმუნებული ვარ, რომ ჩვენ ვიქნებით წარმატებული ამ ბრძოლაში, იმიტომ რომ ეს არ არის ბრძოლა ვინმეს წინააღმდეგ, ეს არის ბრძოლა უკეთესი საქართველოს და ჩვენი შვილების უკეთესი მომავლისთვის.

სწორედ ამიტომ, ჩვენ ყველა ერთად გავიმარჯვებთ და ამით გაიმარჯვებს ჩვენი ხალხი და სამშობლო. ჩვენს გამარჯვებას და ჩვენი გამარჯვებით გამარჯვებულ საქართველოს გაუმარჯოს!