

**ISET**

International School of Economics at TSU  
Policy Institute



შვედეთი

Sverige

# ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი

## გედიის (დე)კოლარიზაციის ინდექსი საქართველოში

დავით კეშელავა

ნიკა წერეთელი

დაჩი მუჯირიშვილი

თორნიკე სურგულაძე

გიორგი ნებულიშვილი

თებერვალი, 2024



# აბსტრაქტი

## მედიის (დე)პოლარიზაციის ინდექსი საქართველოში

არსებობს კონსენსუსი, რომ საქართველოში პოლარიზაციის მაჩვენებელი მაღალია, რასაც ადასტურებს, ერთი მხრივ, საზოგადოების რეაქცია გაზრდილ პოლარიზაციაზე და, მეორე მხრივ, განვითარების მიმართულებით საქართველოს პარტიოორი ორგანიზაციების დეპოლარიზაციის მოწოდებები. მიუხედავად ამისა, საქართველოში ამ დრომდე არ არსებობდა ინსტრუმენტი, რომელიც პოლარიზაციის დინამიკას შეისწავლიდა. ამიტომ ISET-ის კვლევითმა ინსტიტუტმა შეიმუშავა მედიის (დე)პოლარიზაციის ინდექსი, რომელიც შეისწავლის და ზომავს მედიის პოლარიზაციის დინამიკას საქართველოში. ინდექსი მედიის პოლარიზაცია განხილულია როგორც პოლიტიკური პოლარიზაციის მიახლოებული მაჩვენებელი. ჩატარებული კვლევა ეფუძნება ბუნებრივი ენის დამუშავების ტექნიკას (NLP). მანქანური სწავლების გამოყენება განაპირობებს ტექნიკის მიუკერძოებლობას და აღნიშნული მიდგომის გამოყენებით მიღებული შედეგები თავისუფალია სუბიექტური ინტერპრეტაციებისაგან. ნაშრომში წარმოდგენილია მედიის პოლარიზაციის ინდექსი და განხილულია, თუ როგორაა დაკავშირებული მედიის პოლარიზაცია სხვადასხვა ფაქტორთან, მათ შორის, პოლიტიკურ მოვლენებთან, საზოგადოების აღქმასთან, საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციასთან, პოლიტიკური პარტიების რეიტინგებსა და მომხმარებელთა განწყობასთან.

კვლევამ აჩვენა, რომ ქვეყანაში ორი განყენებული მედია კლასტერი არსებობს. ინდექსი გვიჩვენებს, რომ პოლარიზაციის მაჩვენებელს აღმავალი ტრენდი გააჩნია, განსაკუთრებით – 2022 წლის დასაწყისიდან. მიუხედავად იმისა, რომ ინდექსი ასახავს მნიშვნელოვან პოლარიზაციას ისეთი კონკრეტული მოვლენის გარშემო, როგორცაა არჩევნები, პოლარიზაციის ინდექსის დინამიკა განსხვავებულია სხვადასხვა ფაქტორივი გარემოების შემთხვევაში. აღსანიშნავია, რომ საზოგადოების მიერ პოლარიზაციის აღქმა პირდაპირ არ არის დაკავშირებული მედიის პოლარიზაციის ინდექსთან. საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციის მაჩვენებელი ზრდის ტენდენციით ხასიათდება, თუმცა 2022 წლის მარტის შემდეგ საზოგადოებრივი პოლარიზაციის მაჩვენებლის დინამიკა განსხვავდება მედიის პოლარიზაციის მაჩვენებლის ზრდის დინამიკისაგან. თავდაპირველად პოლიტიკურ პარტიათა რეიტინგები დაკავშირებული იყო მედიის პოლარიზაციის დინამიკასთან, თუმცა ეს კავშირი 2022 წლის შემდეგ შესუსტდა, შესაძლოა, უკრაინაში რუსეთის მიერ დაწყებული ომის პოლიტიკოსების რიტორიკაზე გავლენის გამო. პოლიტიკურ პარტიათა რეიტინგსა და მედიის პოლარიზაციას შორის კავშირის შესწავლისას გამოვლინდა, რომ, რაც უფრო მაღალია პოლარიზაციის მაჩვენებელი, მით უფრო მაღალია ორი წამყვანი პოლიტიკური პარტიის რეიტინგი, დანარჩენი პოლიტიკური პარტიების (ძირითადად, პატარა ოპოზიციური პარტიების) რეიტინგი კი მცირდება. დაბოლოს, მედიის პოლარიზაციის ინდექსის ზრდის დინამიკა ემთხვევა მომხმარებელთა განწყობის ინდექსის ზრდის დინამიკას, რაც შესაძლოა იმით აიხსნას, რომ ორივე ინდექსის დინამიკას საერთო მოვლენები განაპირობებს. ჩატარებული კვლევის/შემუშავებული ინდექსის საფუძველზე, წინამდებარე დოკუმენტში შემოთავაზებულია სამი რეკომენდაცია დეპოლარიზაციის მისაღწევად, განსაკუთრებით, ევროკომისიის 9 დათქმის შესრულების ქრილში, რომელთაგანაც ერთ-ერთს სწორედ დეპოლარიზაცია წარმოადგენს.

# მედიის პოლარიზაციის მაჩვენებელი საქართველოში

## შესავალი

**პოლიტიკური პოლარიზაცია ნიშნავს, რომ ქვეყნის მოსახლეობა ორ, ურთიერთდაპირისპირებულ პოლიტიკურ მხარედ არის დაყოფილი.**

პოლარიზაციის ზომიერი დონე, რომლის დროსაც პოლიტიკური აქტორები ხასიათდებიან განსხვავებული პოლიტიკური შეხედულებებით, შესაძლოა, სასიკეთო იყოს დემოკრატიისათვის, რადგან მოიზრებს დებატებსა და განსხვავებულ არგუმენტებს, რაც მოქალაქეებს განსხვავებული პოლიტიკური არჩევანის შესაძლებლობას აძლევს. თუმცა, გადაჭარბებული პოლარიზაციის შემთხვევაში, ადამიანებმა შეიძლება უარყოფითი განსხვავებული აზრი და ამით შეაფერხონ საზოგადოების გამოწვევებთან დაკავშირებული დემოკრატიული გადაწყვეტილებების მიღწევის პროცესი (Heltzel & Laurin, 2020)<sup>1</sup>.

**მასობრივი პოლარიზაცია, იგივე საზოგადოებრივი პოლარიზაცია, სახეზეა მაშინ, როდესაც ამომრჩევლის დამოკიდებულება პოლიტიკური საკითხების, პოლიტიკისა და მნიშვნელოვანი ფიგურების მიმართ პარტიული ნიშნით იყოფა. ამის საპირისპიროდ, ელიტური პოლარიზაცია გულისხმობს პოლარიზაციას მთავრობასა და ოპოზიციურ პარტიას შორის. პოლიტიკური პოლარიზაციისათვის სულაც არ არის საჭირო იდეოლოგიური და სოციალური განსხვავებების არსებობა.** ქვეყნებში, სადაც პოლარიზაცია ძალიან მაღალია, კონფლიქტი დაპირისპირებულ ჯგუფებს შორის შესაძლოა წარმოიშვას არა იდეოლოგიური განსხვავებების, არამედ ემოციური მიუღებლობის საფუძველზე, რაც ხელს უწყობს ისეთი იდენტობების ფორმირებას, რომლებიც კონფრონტაციის შედეგად ყალიბდება (Somers & McCoy, 2018). ეს ფენომენი ავეუტურია

პოლარიზაციის სახელითაა ცნობილი, რომელმაც შესაძლოა ხელი შეუწყოს მტრული განწყობების გაძლიერებას და გამოიწვიოს მტრობის გაღრმავება, შეამციროს კომპრომისზე წასვლის ან თანამშრომლობის მზაობა განსხვავებული შეხედულებების მქონე პირებთან ურთიერთობისას (Boxell, Gentzkow & Shapiro, 2022).

**ყოველივე ზემოთქმული ძალზე აქტუალურია დღევანდელ საქართველოში, სადაც პოლარიზაცია მცირე ადგილს ტოვებს ოქროს შუალედისთვის და ადამიანები იძულებული არიან რომელიმე მხარე დაიკავონ.** პოლიტიკური ოპონენტები ხდებიან მტრები, რომლებიც არალეგიტიმური და მუქარის შემცველი პოზიციებით გამოირჩევიან. პოლიტიკური პოლარიზაციის შედეგად ყალიბდებიან ძლიერი ლიდერები, რადგან პარტიასა და კოალიციაში შიდა დაპირისპირება მინიმალურია. ეს ლიდერები კი, თავის მხრივ, კიდევ უფრო აძლიერებენ თავიანთ პოზიციებს პოლარიზაციის გაღრმავების გზით (Palonen, 2009).

მსოფლიო ბანკის მონაცემები (2016) გვიჩვენებს, რომ ევროპისა და ცენტრალური აზიის (ECA) არაერთ ქვეყანაში პოლიტიკური პოლარიზაცია მაღალია. რეგიონში პოლიტიკური პოლარიზაციის არსებობას არაერთი ფაქტორი განაპირობებს. ეს შეიძლება იყოს: ეკონომიკური გამოწვევები, ეთნიკური დაპირისპირებები, დევნილებთან დაკავშირებული კრიზისი და გეოპოლიტიკური წნეხი. ეს ფაქტორები ქვეყნების მიხედვით შეიძლება განსხვავებული იყოს. რეგიონში შესამჩნევია ტრადიციული ცენტრისტული პოლიტიკური პარტიებიდან უფრო პოპულისტური განწყობების ფორმირებაზე ორიენტირებულ პარტიებზე გადასვლა.

აღიარებულია, რომ პოლიტიკური პოლარიზაცია საქართველოს პოლიტიკური პროცესის ერთ-

<sup>1</sup> მაკკოი და სომერი (McCoy and Somers (2018)), პოლარიზაციის აღსაწერად, რომელიც უკიდურესად დამაზიანებელი

აღმოჩნდა საზოგადოებისთვის, იყენებენ ტერმინს „დამანგრეველი პოლარიზაცია“.

ერთი ყველაზე აშკარა ნაკლოვანებას. ევროკომისია ხაზს უსვამს დეპოლარიზაციის მნიშვნელობას და განიხილავს მას, როგორც ევროკავშირთან სიდრმისეული ინტეგრაციის მისაღწევად ცხრა დათქმიდან ერთ-ერთს. პოლარიზაციას მთავარ გამოწვევად მოიაზრებენ ადგილობრივი პოლიტიკური აქტორები და კვლევითი ინსტიტუტებიც.

აღსანიშნავია, რომ ძალიან მწირია ლიტერატურა, რომელიც საქართველოში არსებულ პოლარიზაციას შეისწავლის, რომ აღარაფერი ვთქვათ იმ ლიტერატურაზე, რომელშიც კვლევის რაოდენობრივი მეთოდებია გამოყენებული. როგორც წესი, საქართველოში არსებულ პოლარიზაციაზე დისკუსიებისას ხაზგასმულია ის ფაქტი, რომ ქვეყანაში არ არის მკაფიო იდეოლოგიური პოლარიზაცია, რადგან პოლიტიკურ პარტიებს არ გააჩნიათ მკაფიო და კარგად განსაზღვრული იდეოლოგიური იდენტობა. 30 განსხვავებულ საკითხთან დაკავშირებით, ორი წამყვანი პარტიის – ქართული ოცნებისა (მმართველი პარტიის) და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის (ყველაზე პოპულარული ოპოზიციური პარტიის) – პოზიციების შესწავლისას ვლინდება, რომ პოლიტიკური პარტიები თანხმდებიან საკითხების ნახევარზე (კვლევა მოიცავს 2020 წლის ზაფხულის პერიოდს). ეს მიგნება არ ემთხვევა საზოგადოების მოლოდინს მკაფიო იდეოლოგიური დაყოფის შესახებ. გარდა ამისა, როგორც ჩანს, არც ამომრჩევლები იყოფიან ორ, იდეოლოგიუ-

რად დაპირისპირებულ მხარედ (კახიშვილი, კეშელავა, პაპავა და სიჭინავა, 2021).

აღნიშნული კვლევის შედეგები ემთხვევა CRRC-ის 2020 წელს მომზადებული ანგარიშის დასკვნებს. CRRC-ის ანგარიშის მიხედვით, ქართველი საზოგადოება არ არის მკაფიოდ დაყოფილი ორ, ურთიერთგამომრიცხავი პოლიტიკური სურვილების მქონდე ურთიერთდაპირისპირებულ პოლიტიკურ მხარედ. ამავსე ადასტურებს Who Governs-ის მონაცემებიც, რომელიც ზომავს პოლარიზაციას იმ პარტიებისთვის მიცემული ხმების<sup>2</sup> რაოდენობით, რომლებიც ეწინააღმდეგებიან ქვეყანაში დამკვიდრებულ იდეოლოგიას (იდეოლოგიური პოლარიზაციის გაზომვის ანალოგიური მეთოდი). ამ პარამეტრში განხილული 2004-2022 წლებში ჩატარებული 5 არჩევნების დროს საქართველოს მაჩვენებელი 1,3%-დან 15,4%-მდე მერყეობს. საინტერესოა, რომ ამავსე პერიოდში აღნიშნული მაჩვენებელი გერმანიისთვის<sup>3</sup> 6.5%-დან 25.7%-მდე გაიზარდა.

საქართველოში პოლიტიკური პოლარიზაცია, უპირველეს ყოვლისა, ვლინდება ელიტური აფექტური პოლარიზაციის არსებობით. ეს გულისხმობს ძლიერ მტრულ განწყობას და დისტანციას დაპირისპირებულ პოლიტიკურ ჯგუფებს შორის, რაც გამოიხატება ერთმანეთის ხედვათა სრულ უარყოფაში (Bertoa, 2019; Samkharadze, 2022).

მედიის პოლარიზაცია, სავარაუდოდ, მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს აფექტური პოლარიზაციის

<sup>2</sup> პოლიტიკური ისტაბლიმენტისგან განსხვავებული იდეოლოგიის მქონე პარტიების შერჩევა ხორციელდება შემდეგი სამი კრიტერიუმით: (1) თავს მიიჩნევს იმ პოლიტიკური პარტიების მეტოქედ, რომლებიც ქმნიან პოლიტიკურ ისტაბლიმენტს; (2) ფიქრობს, რომ პოლიტიკურ ისტაბლიმენტსა და მოსახლეობას შორის ფუნდამენტური სხვაობაა (ვარაუდობს, რომ ისტაბლიმენტის თითოეული პარტია როგორც მმართველ ძალაში, ისე ოპოზიციაში, ერთმანეთისგან დიდად არ განსხვავდება); (3) ეჭვქვეშ აყენებს სტატუს-კვოს, პოლიტიკის ძირითადი საკითხების და პოლიტიკური სისტემის წრილში.

მაგ., 2020 წელს ანტიპოლიტიკური ისტაბლიმენტის პარტიებს შორის იყვნენ საქართველოს ლეიბორისტული პარტია, საქართველოს პატრიოტთა ალიანსი, დემოკრატიული მოძრაობა – ერთიანი საქართველო, ქართული იდეა, ქართული მარში, მწვანეთა პარტია. აღნიშნულმა პოლიტიკურმა პარტიებმა ამომრჩევლთა ხმების 5.8% დააგროვეს.

<sup>3</sup> Casal Bértoa, F. (2021): მონაცემთა ბაზა WHO GOVERNS in Europe and beyond, PSGo. ხელმისაწვდომია აღნიშნულ მისამართზე: [www.whogoverns.eu](http://www.whogoverns.eu).

არსებობას, ქმნის „ექო-კამერებს“, რომლებიც აძლიერებს უარყოფით ემოციებს დაპირისპირებული ჯგუფების მიმართ (Kubin & von Sikorski, 2021; Torcal & Comellas, 2022; Törnberg, 2022). გარდა ამისა, როგორც ინფორმაციის გავრცელების პირველწყარო და სხვადასხვა აზრის გამამუქებელი პლატფორმა, მედია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაში, კონსტრუქციული დიალოგის ხელშეწყობასა და ისეთი პლატფორმების შექმნაში, რომლებიც პოლიტიკურ პარტიებს საშუალებას მისცემს, ეფექტურად დაუკავშირდნენ პოტენციურ ამომრჩეველს და გაუზიარონ თავიანთი იდეები ფართო საზოგადოებას.

ამ მიმოხილვის მიზანია, გაზომოს მედიის პოლარიზაციის დონე, შეისწავლოს მისი დინამიკა და რეაგირება პოლიტიკურ და ეკონომიკურ მოვლენებზე, აგრეთვე, გამოიკვლიოს კავშირი მედიის პოლარიზაციასა და პოლარიზაციის სხვა ფორმებს შორის.

### **გადაჭარბებული პოლარიზაციის უარყოფითი ზეგავლენა**

**მეცნიერულ კვლევებში აღნიშნულია, რომ პოლარიზაციას უარყოფითი და დამაზიანებელი ზეგავლენა აქვს ქვეყნის ეკონომიკასა და საზოგადოებაზე.** გადაჭარბებული პოლიტიკური პოლარიზაციის ერთ-ერთი ყველაზე დამაზიანებელი პოტენციური შედეგი **ინსტიტუტებისადმი ნდობის შემცირებაა**, რამაც შესაძლოა ინსტიტუტების ლეგიტიმურობისა და ავტორიტეტის შესუსტება, სამთავრობო ერთეულებთან თანამშრომლობის შემცირება, ცინიზმისა და აპათიის ზრდა და პოლიტიკური კონფლიქტის ესკალაცია გამოიწვიოს.

გადაჭარბებული პოლიტიკური პოლარიზაცია უარყოფითად მოქმედებს ქვეყნის ეკონომიკურ კეთილდღეობასა და ბიზნეს ციკლებზეც. პოლარიზაცია (განსაკუთრებით, აფექტური პოლარიზაცია) ხშირად ასოცირდება ეკონომიკური მოლო-

დინების დამახინჯებასთან. სამი ათწლეულის განმავლობაში 27 ევროპული ქვეყნის მაგალითზე შეიძლება ითქვას, რომ გადაჭარბებულად მაღალი პოლარიზაციის პირობებში, სუბიექტურ მოლოდინებსა და ეკონომიკის ფუნდამენტურ მაჩვენებლებს შორის შესაძლოა დიდი სხვაობა იყოს (Guirola, 2021).

გადაჭარბებული პოლიტიკური პოლარიზაცია უარყოფითად აისახება კომპანიების საინვესტიციო საქმიანობაზეც. პოლიტიკური პოლარიზაცია საზიანოა ადგილობრივი ეკონომიკისთვის. მაგალითად, იმ ზონების მოსაზღვრე ქვეყნებში, სადაც პოლარიზაციის მაჩვენებელი უფრო მაღალი იყო, დასაქმების შესაძლებლობები და ბიზნესის წარმოება შემცირდა (Zhu, 2021).

გარდა ამისა, პარტიული კუთვნილებისგან დამოუკიდებლად, კვლევები აღწერს პოტენციურ კავშირს პოლიტიკურ პოლარიზაციასა და ჯანმრთელობის მდგომარეობას შორის.

გაუკონტროლებელმა პოლიტიკურმა პოლარიზაციამ შესაძლოა ისედაც მოწყვლად დემოკრატიას უფრო დიდი საფრთხე შეუქმნას. მაკკოიმ და პრესმა (Mccoy and Press (2022)) ჩაატარეს კვლევა, რომელიც დაფუძნებულია კვლევითი ცენტრის „დემოკრატის მრავალფეროვნების“ (V-Dem) მონაცემთა ბაზაზე და გამოიკვლიეს დამდუჟველი პოლარიზაციის გლობალური შემთხვევები 1950 წლიდან და მათი გავლენა დემოკრატიაზე. კვლევაში გამოიკვეთა შემამშოთებელი უარყოფითი კავშირი პოლარიზაციის მაჩვენებელსა და დემოკრატიული რეჟიმის კატეგორიას შორის.

კვლევაში განხილულია 52 ქვეყნის მაგალითი და გამოვლინდა, რომ იმ 26 ქვეყანაში, სადაც მიმდინარეობდა დეპოლარიზაცია, დემოკრატის მაჩვენებელი სტაბილური დარჩა, **ხოლო იმ 36 ქვეყნიდან, რომლებშიც პოლარიზაციის მაღალი მაჩვენებელი შენარჩუნდა, 26-ში დემოკრატის ხარისხი შემცირდა (Mccoy, Press, 2022).**

**ცხრილი 1. დამღუპველი პოლარიზაციის შედეგები**

		დემოკრატიის ხარისხი	
		სტაბილური	შემცირებული
<b>პოლარიზაციის ხარისხი</b>	დეპოლარიზებული	16	0
	დარჩა უცვლელი	10	26

*წყარო: McCoy & Press (2022)*

**პოლიტიკური პოლარიზაციის სხვადასხვა განზომილება**

პოლარიზაციის ნიუანსების შესასწავლად მკვლევრები სხვადასხვა მეთოდს იყენებენ. მაგ.: მედიის კონტენტის ანალიზს მედიის დისკურსის შესწავლის მიზნით, ინდივიდუალური განწყობების შეფასებას გამოკითხვების მეშვეობით, ამომრჩეველთა მიერ ხმის მიცემის ნიმუშების კონტროლს, პოლიტიკური მდგომარეობის ვიზუალიზაციას იდეოლოგიური რუკების გამოყენებით, ჯგუფური დინამიკის ქსელის მეშვეობით, აგრეთვე, შეისწავლიან ინტერნეტში არსებულ განწყობებს სოციალური მედიის ანალიზის შედეგად.

ფართომასშტაბიანი კვლევების საშუალებით შესწავლილ იქნა პოლიტიკური პოლარიზაცია და ფაქტოგრაფია. ძირითადად, ყურადღება მიმართული იყო ევროპის ქვეყნებში ჩატარებული არჩევნების შედეგებზე (Akdede, 2012). მიუხედავად იმისა, რომ ამ მეთოდით საიმედოდ იზომება პოლარიზაციის ხარისხი არჩევნების შემდგომ პერიოდში და მრავალწლიან პერსპექტივაში, მისი მთავარი ნაკლი ის არის, რომ ეს მიდგომა მხოლოდ ფრაგმენტულ მონაცემებს იძლევა რამდენიმე წელიწადში ერთხელ. აღნიშნულ მეთოდს იყენებენ საქართველოს შემთხვევაშიც, თუმცა მონაცემების ფრაგმენტულობა აქაც გამოწვევაა.

პოლარიზაციის ხარისხის გასაზომად არსებობს კიდევ ერთი გავრცელებული მიდგომა – სიის მიხედვით კენჭისყრის შედეგების მონაცემების (roll-call voting data) გამოყენება (Gu & Wang, 2022). თუმცა, როგორც ჩანს, ეს მეთოდი არაეფექტიანია საქართველოს შემთხვევაში, რასაც განაპირობებს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ კონტექსტსა და პოლიტიკურ სტრუქტურაში არსებული მნიშვნელოვანი განსხვავებები იმ ქვეყნებთან შედარებით, რომლებშიც აღნიშნული მეთოდი წარმატებით იქნა გამოყენებული.

მედიის პოლარიზაციის ხარისხის გამოკვლევის ტრადიციული მეთოდია კონტენტის ანალიზი (Content Analysis), რაც ტექსტური, აუდიო ან ვიზუალური მედიის კონტენტის სისტემურ ანალიზს გულისხმობს. კანონზომიერებისა და ტენდენციების გამოსავლენად, მკვლევრები ხშირად კატეგორიებად ყოფენ და რაოდენობრივად იკვლევენ მედია-კონტენტში შემავალ თემებს, საკითხებს ან შეხედულებებს. ეს მიდგომა გვეხმარება ახალი ამბების გაშუქებისას არსებული მიკერძობის, ფრეიმინგის ეფექტებისა და იდეოლოგიური ტენდენციების გამოვლენაში (Kamiri & Mariga, 2021).

კიდევ ერთი პოპულარული მეთოდოლოგიური მიდგომაა ქსელის ანალიზი (Network Analysis), რომელიც ფართოდ გამოიყენება მედია-ქსელებში ინფორმაციის გავრცელებისა და იდეოლოგიური კლასტერიზაციის სტრუქტურის შესასწავლად. სხვადასხვა მედია საინფორმაციო საშუალებას, ჟურნალსა და ონლაინ საზოგადოებას შორის კავშირის შესწავლით, ქსელური ანალიზის მეშვეობით შესაძლებელია ინფორმაციის გავრცელების კანონზომიერების გამოვლენა. ამ მეთოდით შეიძლება გამოვლინდეს ის ურთიერთობები და ურთიერთქმედებები, რომლებიც ხელს უწყობს პოლარიზებული მოსაზრებების გაბატონებას მედია-სივრცეში (Segev, 2020).

არსებული მიდგომები პოლარიზაციას ხშირად დისპერსიად მოიაზრებს, რაც აზრთა მრავალფეროვნებას და რადიკალურად განსხვავებულ შეხედულებებს გულისხმობს. სტანდარტული გადახრა დისპერსიის გავრცელებული საზომია, მაგრამ მოიცავს გარკვეულ შეზღუდვებს ფიქსირებული კატეგორიების რეიტინგის შკალის შემთხვევაში. მასზე გავლენას ახდენს როგორც დისპერსია, ისე ასიმეტრიულობა, რაც მას ნაკლებად საიმედოს ხდის.

მედიის სულ უფრო მეტად პოლარიზებასთან ერთად, მკვლევრები სულ უფრო ხშირად იყენებენ მანქანური სწავლების მიდგომებს, როგორც ანალიზის ჩასატარებლად საჭირო ინსტრუმენტს. ნემეტმა (Nemeth, 2022) მიმოიხილა 2010 წლის შემდეგ გამოქვეყნებული 154 კვლევა, რათა შეესწავლა, თუ როგორ გამოიყენება ბუნებრივი ენის დამუშავების (NLP) მიდგომა ამ კონტექსტში. ავტორმა აღმოაჩინა რომ პოლარიზაციის შესახებ ნაშრომების მნიშვნელოვანი ნაწილი (59%) აშშ-ში ჩატარებულ კვლევებს წარმოადგენდა (კვლევის შედეგების ნამდვილობის გადამოწმება იშვიათად თუ ხდებოდა), რომელთა ჩატარების დროსაც გამოყენებული იყო Twitter-ის მონაცემები (43%) და მანქანური სწავლების მიდგომა (33%). იმ კვლევების დიდ ნაწილში, რომელთა მიზანსაც პოლიტიკური ტექსტების შესწავლა წარმოადგენს, უგულებელყოფილია საკითხის დეტალური განხილვა და არ არის გათვალისწინებული ის პოტენციური ხარვეზები, რომლებიც მხოლოდ ტექსტზე დაყრდნობით გამოტანილ მიზუზ-შედეგობრივ დასკვნებთანაა დაკავშირებული. აღსანიშნავია, რომ კვლევების დიდ ნაწილს აკლია ინტერდისციპლინურობა: კვლევების 45%-ში აღინიშნება კონკრეტულ საკითხში ცოდნის ნაკლებობა, ხოლო კვლევების 20%-ის ავტორები მხოლოდ სოციალური მეცნიერები არიან.

ტექსტში პოლარიზაციის ხარისხის გასაზომად ხშირად გამოიყენება განწყობის ანალიზი

(Sentiment analysis) – მანქანური სწავლების შემადგენელი ერთ-ერთი ინსტრუმენტი. ეს მიდგომა მკვლევრებს საშუალებას აძლევს, ავტომატურად მოახდინონ ახალი ამბების, სტატიების ან სოციალური მედიის პოსტების კატეგორიზაცია მათი განწყობის მიხედვით. ბუნებრივი ენის დამუშავების ალგორითმების გამოყენებით განწყობის ანალიზი ხელს უწყობს პოლარიზებული ენისა და ემოციური ნიშნების იდენტიფიცირებას მედია-კონტენტში. ეს მიდგომა იძლევა პოლარიზაციის ხარისხის რაოდენობრივი შეფასების შესაძლებლობას, რაც დიდი მოცულობის მონაცემების მასშტაბური და ეფექტური დამუშავების საშუალებას იძლევა (Jain & Dandannavar, 2016).

### **მეთოდოლოგია და მონაცემთა შეგროვება**

ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტის კვლევასა და ინდექსში გამოყენებული მეთოდოლოგია, ძირითადად, ეყრდნობა ბუნებრივი ენის დამუშავების (NLP) ორ ძირითად მოდელს: Word2Vec-ს და მის გაფართოება Doc2Vec-ს. Word2Vec 2013 წელს შეიმუშავეს მიკოლოვმა, ჩენმა, კორადომ და დინმა (Mikolov, Chen, Corrado, & Dean) სიტყვების სემანტიკური მნიშვნელობების აღქმასთან დაკავშირებული გამოწვევების გადასაჭრელად. ტრადიციული რაოდენობრივი ანალიზის მეთოდებისგან განსხვავებით, რომლებიც სიტყვებს უნიკალურ იდენტიფიკატორებს ანიჭებს, Word2Vec უნიკალური ვექტორების გამოყენებით წარმოადგენს სიტყვებს, როგორებიცაა „კარგი“, „შესანიშნავი“ და „ველოსიპედი“ და, შესაბამისი მომზადების შემთხვევაში, ზუსტად ასახავს მათ სემანტიკურ მახასიათებლებს.

Doc2Vec მოდელი ზრდის Word2Vec-ის შესაძლებლობებს ევკლიდეს სივრცეში მსგავსი დოკუმენტების ან წინადადებების გაერთიანებით. მიუხედავად საერთო სიტყვების არარსებობისა, კარგად გაწვრთნილ Doc2Vec მოდელს შეუძლია წინადადებებს შორის სემანტიკური მსგავსების ამოცნობა. გარდა იმისა, რომ ბევრი Doc2Vec

მოდელი კარგად არის გაწვრთნილი ინგლისურ დოკუმენტებზე სამუშაოდ, ავტორებმა მოამზადეს ქართული მოდელი სპეციალურად ქართულ საინფორმაციო სტატიებში სემანტიკური მნიშვნელობების გამოსავლენად. მოდელი გაიწვრთნა 250 000 სხვადასხვა წყაროდან შეგროვებული ონლაინ პოლიტიკური საინფორმაციო სტატიისგან შემდგარი ბაზის გამოყენებით.

დაუმუშავებელი და არასტრუქტურირებული ციფრული ტექსტების დასამუშავებლად, მოდელის გაწვრთნის პროცესში გამოიყენებოდა პითონის Gensim-ის ბიბლიოთეკა და მანქანური სწავლების ალგორითმი ზედამხედველობის გარეშე (unsupervised algorithms). მოდელის ხარისხის შეფასება ხორციელდება წრფივი მოდელის დისკრიმინაციული შესაძლებლობების შეფასებით ახალი ამბების სტატიების წყაროს იდენტიფიცირებისას, მათი ვექტორიზებული წარმოდგენების პროგნოზირებად ცვლადებად გამოყენებით. მიდგომა გულისხმობს მულტინომიური ლოგისტიკური რეგრესიის მოდელის გაწვრთნას ვექტორიზებული სავარჯიშო კომპლექტის გამოყენებით და მისი მაკრო F1 ქულის<sup>4</sup> შეფასებას ტესტის მეშვეობით. შემდგომი ანალიზისათვის უნდა შეირჩეს ჰიპერპარამეტრების ის კომბინაცია, რომელიც ტესტში უმაღლეს შეფასებას დაიმსახურებს. ამგვარი მანქანური სწავლების ალგორითმის მეშვეობით მოდელს შეუძლია მედია კლასტერების ორგანულად ამოცნობა, მათი პოლიტიკური პოზიციის წინასწარი ცოდნის გარეშე.

გაწვრთნის შემდეგ, მოდელი გამოიყენება პოპულარული მედია-საშუალებების პოლიტიკური საინფორმაციო სტატიების დასამუშავებლად (სტატიები აღებულია მათი ვებგვერდებიდან). ამ მოდელების მიერ გენერირებული ვექტორები მაღალგანზომილებიან სივრცეში არსებობს,

რომლის ვიზუალიზაციაც შესაძლოა სირთულეებთან იყოს დაკავშირებული. მეტი სიცხადისთვის, ამ ვექტორების ორგანზომილებიან სიბრტყეზე ასახვისათვის გამოიყენება ძირითადი კომპონენტის ანალიზი (PCA). ეს მონაცემების უკეთესად შესწავლისა და ინტერპრეტაციის შესაძლებლობას იძლევა.

ამ კვლევაში ნილსენის სისტემის შეფასებებზე დაყრდნობით გამოვლენილია ყველაზე პოპულარული მედია საშუალებები. ესენია: „იმედი“, „მთავარი“, „ტვ პირველი“, „პირველი არხი“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი), „ფორმულა“, „პოს ტვ“ და „რუსთავი 2“. მე-2 ცხრილში მოცემულია დეტალური ინფორმაცია კვლევაში განხილულ მედია-საშუალებებზე. ცხრილში მითითებულია თითოეული წყაროს დასახელება, მათ მიერ პოლიტიკური ახალი ამბების გაშუქების დაწყების თარიღი და განხილული სტატიების რაოდენობა. მიუხედავად იმისა, რომ წყაროთა უმეტესობამ პოლიტიკური სიახლეების გაშუქება 2020 წლის დასაწყისში დაიწყო, ზოგიერთის შემთხვევაში, საქმიანობის დაწყების თარიღი განსხვავებულია არქივზე შეზღუდული წვდომის ან იმის გამო, რომ ისინი არ ფუნქციონირებდნენ იმ დროისათვის (მაგ., tvpirveli.ge და post.media).

**ცხრილი 2. მოდელში გამოყენებული საინფორმაციო სტატიები**

მედია წყარო	პირველი პოლიტიკური სტატიის გამოქვეყნების თარიღი	საინფორმაციო სტატიების რაოდენობა
<b>Imedinews.ge</b>	2020-01-01	71,671
<b>1TV.ge</b>	2020-01-01	57,509
<b>Mtavari.tv</b>	2020-01-01	44,704

<sup>4</sup> მაკრო F1 გამოითვლება როგორც თითოეული კლასის ინდივიდუალური F1 მნიშვნელობების საშუალო (არაშეწონილი) მაჩვენებელი, სადაც F1 წარმოადგენს

სიზუსტისა და დამახსოვრებადობის საშუალო არითმეტიკულ მაჩვენებელს.



Tvpirveli.ge	2021-02-26	34,798
Formulanews.ge	2020-01-01	23,581
Rustavi2.ge	2020-01-01	15,252
Postv.media	2022-10-31	2,080
სულ:		249,595

საინფორმაციო სტატიების ვექტორიზაციის შემდეგ, წყაროებს შორის განსხვავება იზომება კოსინუსური მსგავსების (cosine similarity metrics) მაჩვენებლის გამოყენებით. განსხვავებების ილენტიფიცირების მიზნით, შემდეგ ხდება მიღებული მაჩვენებლების განულება და 0-დან 1-მდე დიაპაზონზე ნორმალიზება. ეს განსხვავებები მოიცავს როგორც პოლიტიკურად მიკერძობულ, ისე არამიკერძობულ კომპონენტებს. მიზანია მათი წვლილის გამოვლენა არსებულ მთლიან განსხვავებაში, რაც წარმოდგენილია როგორც  $D_{i,j,t}$ , მთლიანი განსხვავება მედია-წყაროებს ( $i$  და  $j$ ) შორის და იმ პერიოდის განმავლობაში ( $t$ ), სადაც  $D_{i,j,t}$  არის როგორც ლეგიტიმური ( $L_{i,j,t}$ ) (პოლიტიკურად მიუკერძოებელი), ისე პოლიტიკურად მიკერძობული ( $B_{i,j,t}$ ) განსხვავებების ერთობლიობა<sup>5</sup>.

$$D_{i,j,t} = L_{i,j,t} + B_{i,j,t}$$

$D_{i,j,t}$  მნიშვნელობის მისაღებად აუცილებელია ორი ფუნდამენტური დაშვების გაკეთება. უპირველეს ყოვლისა, უნდა დავუშვათ, რომ Doc2Vec-ს შეუძლია ადეკვატურად აღიქვას ინფორმაცია საინფორმაციო სტატიებიდან, რის შედეგადაც შესაძლებელი გახდება თითოეულ პერიოდში, თითოეული მედია წყაროსათვის წარმომადგენლობითი ვექტორების გამოვლენა. გარდა ამისა, უნდა დავუშვათ, რომ კოსინუსური მანძილი სათანადო მექანიზმია წარმომადგენ-

ლობით ვექტორებს შორის განსხვავებების გასაზომად.

ერთსა და იმავე კლასტერში შემავალი მედია საშუალებების ჭრილში ხორციელდება ორი დამატებითი დაშვება ლეგიტიმური განსხვავებების შემდგომი ილენტიფიცირების მიზნით,  $L_{i,j,t} \approx D_{i,j,t}$  და  $L_{i,j,t} = L_t + u_{i,j,t}$ , პირველი დაშვების შედეგად მედია იყოფა ორ კლასტერად: [„იმედი“, „პოს ტვ“, „1TV“ და „რუსთავი 2“] და [„მთავარი“, „ტვ პირველი“, „ფორმულა“], რაც გულისხმობს, რომ კლასტერებს შიგნით არსებული პოლიტიკური განსხვავებები უმნიშვნელოა.

მეორე დაშვებისას ლეგიტიმური განსხვავება  $L_{i,j,t}$  მოიაზრება შემთხვევით ცვლადად დროის სპეციფიკური გადანაწილებით, რომელიც აღინიშნება როგორც  $L_t$ , და შემთხვევითი შეცდომის მაჩვენებლით  $u_{i,j,t}$ , სადაც მოსალოდნელი  $u_{i,j,t}$  is 0-ის ტოლია. ეს გულისხმობს, რომ ლეგიტიმური განსხვავებები არ არის დამოკიდებული თავად ინფორმაციის წყაროებზე, ისინი ხასიათდებიან დროისთვის სპეციფიკური განაწილებით. მოსალოდნელია, რომ ლეგიტიმური განსხვავებების მიერ მოცემულ მედიათა წყვილს შორის იგივე იქნება.

მედია საშუალებებს ( $i$  და  $j$ ) შორის არსებული მოსალოდნელი ლეგიტიმური განსხვავების მაჩვენებელი  $t$  პერიოდის განმავლობაში ორ კლასტერში არსებული საერთო განსხვავებების საშუალო მაჩვენებლის ტოლია. პოლიტიკური ნიშნით მიკერძობული განსხვავებები მედია საშუალებებს ( $i$  და  $j$ ) შორის  $t$  პერიოდის განმავლობაში გამოითვლება, როგორც სხვაობა ორ კლასტერში არსებული საერთო განსხვავებების მთლიან მაჩვენებელსა და კლასტერებს შიგნით საერთო განსხვავების საშუალო მაჩვენებელს შორის.

<sup>5</sup> მაგ. სტილისტური ან სარედაქციო მახასიათებლები, მსგავსებები გასაშუქებელ თემებს შორის და ა.შ.

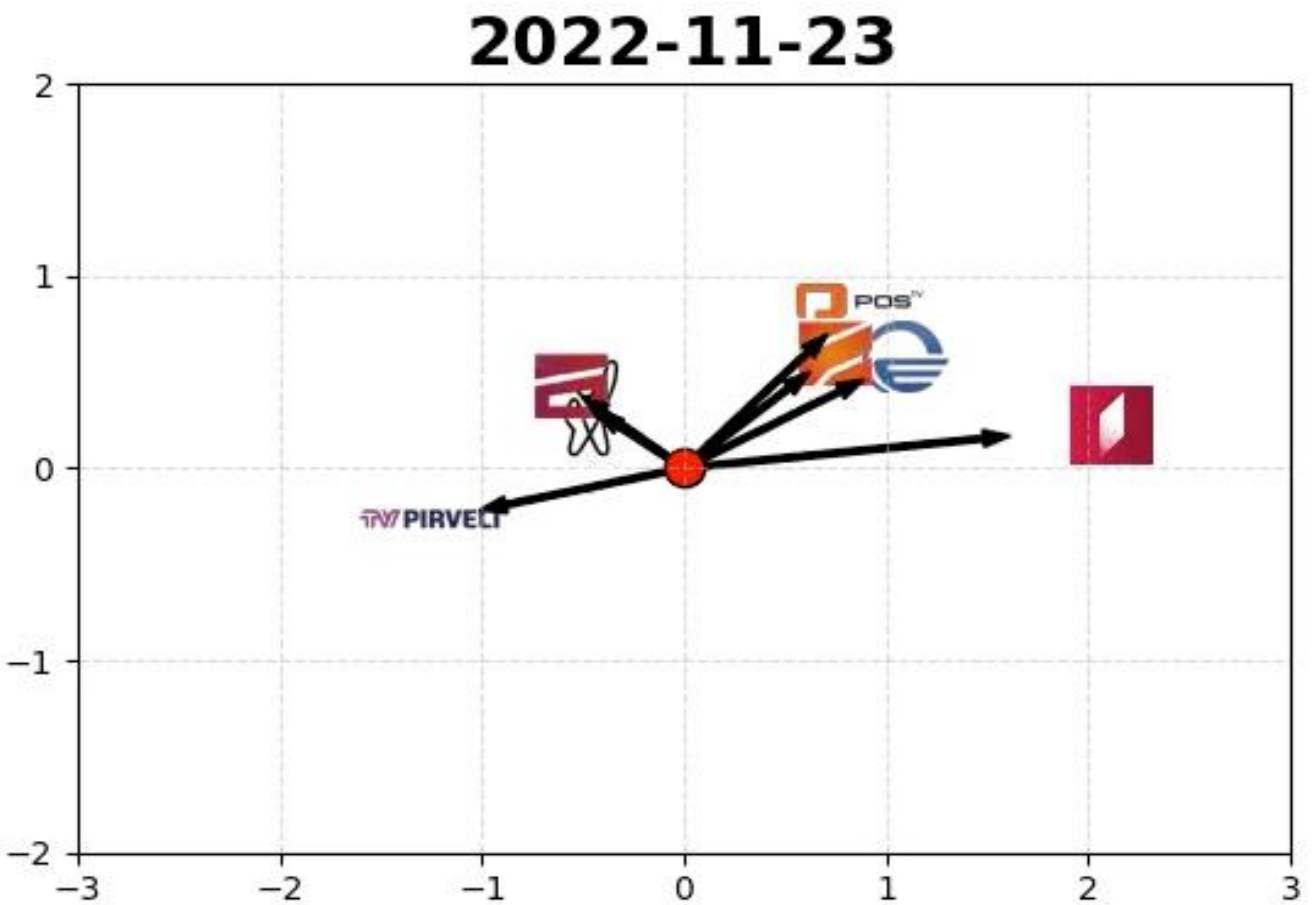
მაგ., პოლიტიკური პოლარიზაციის მაჩვენებელი „მთავარ არხსა“ და „იმედს“ (სხვადასხვა კლასტერში შემავალი მედია-საშუალებები) შორის გამოითვლება აღნიშნული ორი მედია-საშუალებების ტექსტებს შორის არსებული საერთო განსხვავების მაჩვენებლისათვის, ორ კლასტერში შემავალ მედია-საშუალებებს შორის არსებული განსხვავებების საშუალო მაჩვენებლის გამოკლებით (განსხვავებების საშუალო მაჩვენებელი ყველა წყვილ მედია-საშუალებას შორის, რომელიც მიეკუთვნება ერთსა და იმავე კლასტერს (მაგ. „მთავარი“ და „ტვ პირველი“, „მთავარი“ და „ფორმულა“, „ფორმულა“ და „ტვ პირველი“, „იმედი“ და „პოს ტვ“, „იმედი“ და „რუსთავი 2“, „იმედი“ და „1TV“, „პოს ტვ“ და „რუსთავი 2“, „პოს ტვ“ და „1TV“, „რუსთავი 2“ და „1TV“).

მედიის პოლარიზაციის საბოლოო ინდექსის გამოსათვლელად დაშვებულია, რომ მედიის პოლარიზაცია მედიის მიკერძოების პირდაპირ მახასიათებელს წარმოადგენს, მათი რეიტინგის პროპორციულად.

$$P_t = \sum_{i,j} w_{i,j,t} \cdot B_{i,j,t}$$

სადაც  $P_t$  წარმოადგენს მედიის პოლარიზაციის ინდექსს  $t$ , პერიოდისთვის, ხოლო  $w_{i,j,t}$ <sup>6</sup> არის მედია-საშუალებების ( $i$  და  $j$ ) რეიტინგის ზრდის მაჩვენებელი  $t$ <sup>7</sup> პერიოდში<sup>8</sup>.

გრაფიკი 1. ორი მედია კლასტერი



<sup>6</sup> სადაც  $w_{i,j,t} = \frac{w_{i,t} w_{j,t}}{\sum_{i,j} w_{i,t} w_{j,t}}$

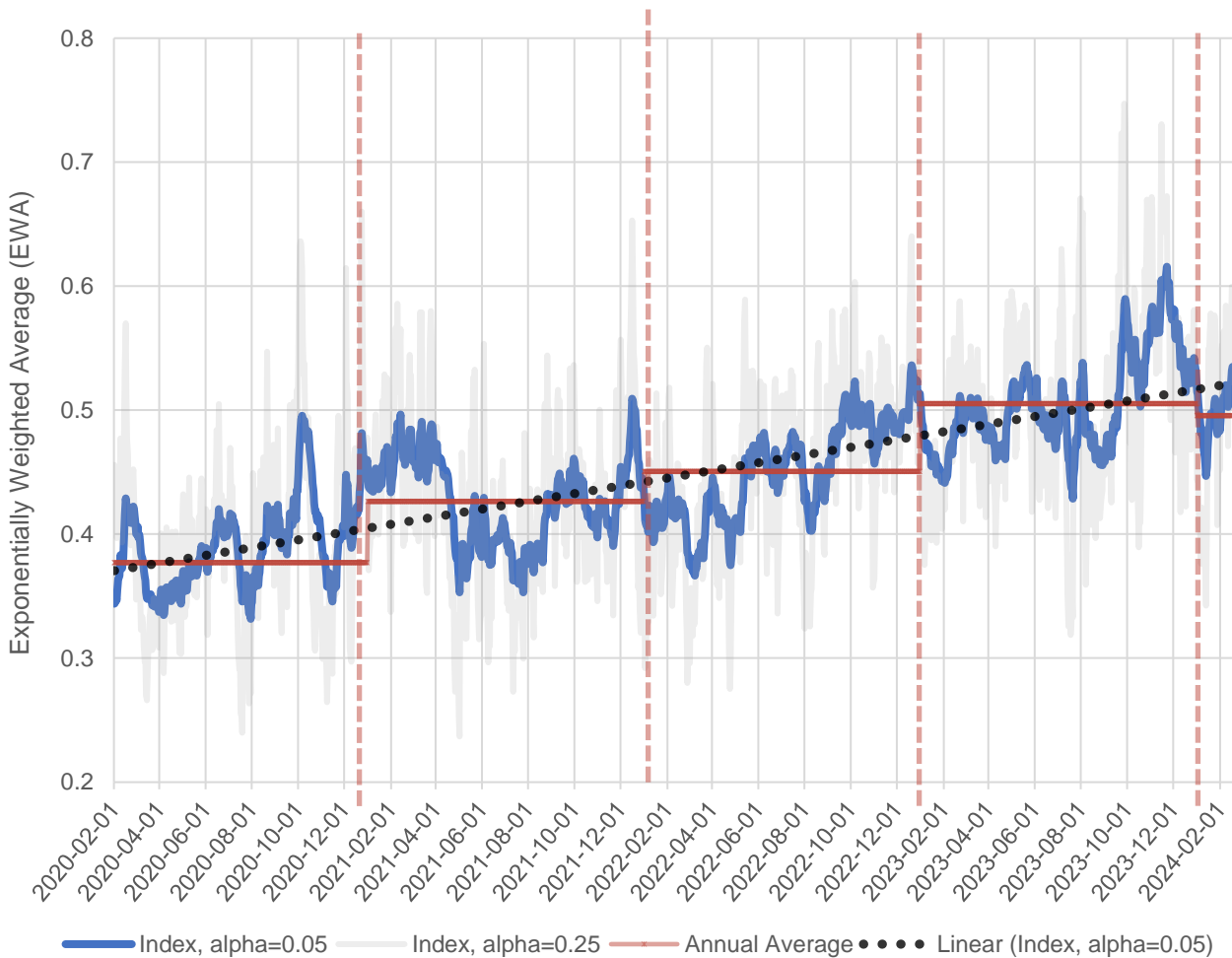
<sup>7</sup> რეიტინგები ეფუძნება ნილსენის სისტემის გამოყენებით სატელევიზიო აუდიტორიის გაზომვას.

## მედიის პოლარიზაციის ინდექსი და პოლიტიკური მოვლენები

პოპულარული მედია-საშუალებების პოლიტიკური საინფორმაციო სტატიების გაწვრთნილი მოდელისა და PCA-ს მეშვეობით შესწავლისას, განსახილველ ტექსტებს შორის მსგავსებაზე (მსგავსება გაიზომა ტექსტების ვექტორებს შორის კუთხის კოსინუსით) დაყრდნობით გამოვლინდა ორი განსხვავებული კლასტერი. პირველ კლას-

„რუსთავი 2“ და „პოს ტვ“ – მედია-საშუალებები, რომლებზეც ხელისუფლების წარმომადგენლებს აქვთ მუდმივი წვდომა, ხოლო ოპოზიციური განცხადებები იშვიათად ან საერთოდ არ ჟღერს. ჩამოთვლილ მედია-საშუალებებს ენდობიან მმართველი პარტიის მხარდამჭერები, მაგრამ არა ოპოზიციისა. აღსანიშნავია, რომ მოდელმა აღნიშნული კლასტერები გამოავლინა მხოლოდ კონტენტის ანალიზის საფუძველზე, პოლიტიკური კუთვნილების წინასწარი ცოდნის გარეშე.

გრაფიკი 2: მედიის პოლარიზაციის ინდექსი



ტერში შედიან „მთავარი“, „ფორმულა“ და „ტვ პირველი“ – მედია-საშუალებები, რომლებშიც ხელისუფლების წარმომადგენლები არ ჩანან და ხშირად ჟღერს ოპოზიციური პოზიციები. ჩამოთვლილ მედია-საშუალებებს ენდობიან ოპოზიციის და არა მმართველი პარტიის მხარდამჭერები (IRI-ის კვლევების თანახმად). მეორე კლასტერში შედის „იმედი“, საზოგადოებრივი მაუწყებელი,

გარდა ამისა, შიდაკლასტერული და კლასტერ-შორისი მნიშვნელოვანი სტატისტიკური განსხვავება მიანიშნებს იმაზე, რომ სხვადასხვა პოლიტიკურ მხარეს მიკუთვნილებულ მედია-საშუალებებს შორის დისტანცია საკმაოდ დიდია.

მე-2 გრაფიკზე წარმოდგენილია მედიის პოლარიზაციის ინდექსი, რომელიც გამოითვლე-

ბა ადრე აღწერილი მეთოდის გამოყენებით. მაჩვენებელი მერყეობს 0-დან (პოლარიზაციის არარსებობა) 1-მდე (პოლარიზაციის მაქსიმალური მაჩვენებელი). მიუხედავად იმისა, რომ კონკრეტული მნიშვნელობები არ იძლევა პირდაპირი ინტერპრეტაციის საშუალებას, ინდექსი ეფექტიანად ასახავს მედიის პოლარიზაციის ტენდენციებს დროში, თუ როგორ იცვლება პოლარიზაციის ხარისხი პოლიტიკური მოვლენების შედეგად, როგორებიცაა: კრიზისები, არჩევნები, პროტესტი და ევროინტეგრაციის პროცესი. ამრიგად, მედიის „გადაჭარბებული“ პოლარიზაციის ზღვრის დადგენა რთულია, რადგან აღნიშნულზე სხვადასხვა ფაქტორი და გარემოება მოქმედებს. საზოგადოებისათვის სიკეთის მომტანი არ არის არც მედიის სრული ერთგვაროვნება, არც – გადაჭარბებული პოლარიზაცია. მიუხედავად იმისა, რომ სრული ერთგვაროვნება (შემთხვევები, როდესაც მედიის პოლარიზაციის ინდექსი 0-ის ტოლია) უფრო მეტად დამახასიათებელია ავტორიტარული რეჟიმისათვის, რომელშიც ინფორმაციაზე წვდომა შეზღუდულია, ხოლო გადაჭარბებული პოლარიზაცია (შემთხვევები, როდესაც მედიის პოლარიზაციის ინდექსი 1-ის ტოლია) შესაძლოა დამაზიანებელი აღმოჩნდეს საზოგადოებისათვის, გამოიწვიოს ყურადღების მიმართვა მნიშვნელოვანი საკითხების ნაცვლად, არაპროდუქტიული პოლიტიკური გარჩევებისკენ, რომლებიც ხშირად ახალისებს ექსტრემისტულ განწყობებს და წარმოშობს კონფლიქტს.

მედიის პოლარიზაციის ხარისხი ყოველდღიურად მნიშვნელოვნად მერყეობს, რის გამოც მიზანშეწონილია ექსპონენტურად შეწონილი მცოცავი საშუალოს (EWMA) გამოთვლა. დაბალი დისპერსიის შემთხვევაშიც კი, უპირატესობა EWMA-ს ენიჭება, რადგან ის უფრო ზუსტად

ასახავს კავშირს არსებულსა და წარსულ პოლარიზაციებს შორის, რაც ხაზს უსვამს მედიის გარემოს დინამიკურ ბუნებას რეალურ სამყაროში.

მე-2 გრაფიკზე ლურჯი ხაზი წარმოადგენს მედიის პოლარიზაციის ინდექსს, რომელიც გამოითვლება ექსპონენტურად შეწონილი მცოცავი საშუალოს (EWMA) და მრუდის მოსწორების სხვადასხვა პარამეტრის (ალფა) გამოყენებით, რომლის მნიშვნელობაც 0.05-ის ტოლია. ეს ნიშნავს, რომ ინდექსი უფრო დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს ბოლო მონაცემების ამსახველ წერტილებს და უფრო ეფექტიანად ასახავს პოლარიზაციის ტენდენციებს<sup>9</sup>. მიუხედავად იმისა, რომ შედეგების „მაღალ“ ან „მცირე“ პოლარიზაციებად ინტერპრეტაციამ შესაძლოა შეცდომაში შეგვიყვანოს, ტენდენციებზე პოლიტიკური და ეკონომიკური მოვლენების შედეგად ცვლადების ცვლილებაზე დაკვირვება მნიშვნელოვან ინფორმაციას იძლევა პოლარიზაციის დინამიკური ბუნების შესასწავლად.

ინდექსი გვიჩვენებს, რომ მედიის საშუალო წლიური პოლარიზაციის მაჩვენებელი (ტენდენცია მე-2 გრაფიკზე ნაჩვენებია წითელი წყვეტილი ხაზით) ყოველწლიურად იზრდება. მედიის პოლარიზაცია განსაკუთრებით გაიზარდა 2022 წლის დასაწყისიდან (წლიური საშუალოები ნაჩვენებია წითელი ხაზით). ინდექსის საშუალო მაჩვენებელი 2020 წელს არსებული 0.38-დან 2021 წელს 0.43-მდე, 2022 წელს კი 0.45-მდე გაიზარდა. თუმცა ყველაზე მნიშვნელოვანი ზრდა 2023 წელს დაფიქსირდა და 0.51-ს მიაღწია.

აღნიშნულ პერიოდში პოლარიზაციის ინდექსზე მნიშვნელოვანი პოლიტიკური და ეკონომიკური მოვლენები მოქმედებს. 2020 წლის თებერვალში COVID-19-ის პანდემიის დაწყებამ ინდექსის

<sup>9</sup> მიუხედავად მცირედით უფრო დიდი ალფა მნიშვნელობისა, როგორიცაა 0.25 (ნაცრისფერი ხაზი მე-2 გრაფიკზე), EWMA მაინც უფრო დიდ წონას ანიჭებს ბოლო

დაკვირვებებს, ხოლო უფრო დიდ მნიშვნელობას – წარსულ დაკვირვებებს (ალფა=0.05-თან შედარებით)

უმნიშვნელოდ შემცირება გამოიწვია, რაც, სავარაუდოდ, ახალი საფრთხის შესახებ ფაქტობრივი ინფორმაციის გაშუქებაზე მედია-საშუალებების კონცენტრაციით იყო განპირობებული. გარდა ამისა, მთავრობის მიერ მიღებულ შემდგომ ზომებს (მაგ., „ლოქდაუნს“ მარტში) მნიშვნელოვანი ცვლილებები არ გამოუწვევია. აპრილში ინდექსმა კვლავ დაიწყო მატება, რაც „ლოქდაუნის“ გახანგრძლივებას დაემთხვა და ინდექსის ზრდის ივნისამდე გაგრძელება, შემდეგ კი მცირედით შემცირება გამოიწვია.

გაცილებით მკვეთრი ზრდა დაფიქსირდა საპარლამენტო არჩევნებამდე პერიოდში, მაჩვენებელმა პიკს მიაღწია პირველ ტურამდე, დაახლოებით, 10 დღით ადრე, რაც ინდექსის ისტორიაში ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნახტომი იყო. შემდეგ ინდექსი შემცირდა, მაგრამ ნოემბერში კვლავ დაიწყო მატება, არჩევნების მეორე ტურამდე, დაახლოებით 10 დღით ადრე და წლის ბოლომდე განაგრძლო ზრდა. ეს ყოველივე მიგვანიშნებს, რომ წინასაარჩევნო პერიოდი მედიის მაღალი პოლარიზაციით ხასიათდება.

2020 წლის ბოლოს ინდექსმა ზრდა დაიწყო და მაღალ ნიშნულზე შენარჩუნდა 2021 წლის აპრილამდე. ამ პერიოდს დაემთხვა რამდენიმე უადრესად პოლარიზებული მოვლენა, მათ შორის, „კარტოგრაფების საქმე“<sup>10</sup>, პრემიერ-მინისტრ განარიას გადადგომა, ნიკა მელიას (მთავარი ოპოზიციური პარტიის ლიდერის) დაპატიმრება და ბიძინა ივანიშვილის შვილთან დაკავშირებული სკანდალი.

ინდექსი მკვეთრად შემცირდა 2021 წლის აპრილ-მაისში. ეს პერიოდი ემთხვევა საქართველოში პოლიტიკური კრიზისის აღმოფხვრის მცდელო-

ბას, რომელიც აპრილის შუა რიცხვებში მმართველ და ოპოზიციურ პარტიებს შორის შარლ მიშელის (ევროპის საბჭოს პრეზიდენტის) შუამავლობით შეთანხმების დადებით დასრულდა. ეს მიუთითებს პოტენციურ კავშირზე შემცირებულ პოლიტიკურ დაძაბულობასა და მედიის პოლარიზაციის შემცირებას შორის.

თუმცა ამას მოჰყვა პოლარიზაციის ინდექსის ზრდის კიდევ ორი ტალღა:

- პირველი ტალღა ოქტომბრის ადგილობრივი არჩევნების პირველ ტურამდე დაიწყო და, სავარაუდოდ, წინასაარჩევნო შფოთვით იყო განპირობებული.
- ოქტომბრის დასაწყისში მიხეილ სააკაშვილი, საქართველოს მესამე პრეზიდენტი და მთავარი ოპოზიციური პარტიის ლიდერი, უკრაინიდან საქართველოში დაბრუნდა, შემდეგ კი ხელისუფლებამ იგი დააკავა.
- მეორე ტალღა, რომელმაც პიკს 2021 წლის დეკემბრის შუა რიცხვებში, ადგილობრივი არჩევნების მეორე ტურის შემდეგ (ნოემბერში) მიაღწია, შესაძლოა პოსტსაარჩევნო დაძაბულობით ყოფილიყო განპირობებული.

გარდა ამისა, მიუხედავად იმისა, რომ ინდექსი ასახავდა მნიშვნელოვან პოლარიზაციას კონკრეტული მოვლენების ირგვლივ, პოლარიზაციის მაჩვენებელი ერთნაირად არ რეაგირებდა ყველა მოვლენის მიმართ, მაგალითად, ისეთ მოვლენებზე როგორცაა 2021 წლის ივლისში თბილისის პრაიდზე თავდასხმა<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> გამოძიება, რომელიც 2020 წლის აგვისტოში დაიწყო და 2021 წლის იანვარში დაპატიმრებებით დასრულდა, ეხებოდა კარტოგრაფების დალატმის ბრალდებას და აძლიერებდა მმართველი პარტიის ანტიოპოზიციურ რიტორიკას (ამჟამინდელი ხელისუფლების ნარატივს, რომ წინა

ხელისუფლებამ კომპენსაციის სანაცვლოდ, ქვეყნის ტერიტორიის ნაწილი მეზობელ ქვეყანას დაუთმო).

<sup>11</sup> 2021 წელს, არასამთავრობო ორგანიზაცია თბილისის პრაიდის მიერ დაგეგმილი ღონისძიება, ძალადობრივად ჩამალეს ულტრამარჯვენე კონტრპროტესტანტებმა,

2022 წელს მედიის პოლარიზაციის ორი სხვადასხვა პიკური მაჩვენებელი დაფიქსირდა: მაის-ივნისსა და აგვისტო-ოქტომბერში. მაჩვენებლის ზრდის განმაპირობებელი რამდენიმე ძირითადი მოვლენაა:

- რუსეთის მიერ უკრაინის წინააღმდეგ ომის დაწყება (2022 წლის თებერვალი): მიუხედავად იმისა, რომ ეს წლის ყველაზე მნიშვნელოვანი მოვლენა იყო, ომის საწყის ეტაპზე პოლარიზაციის ინდექსი მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა, რადგან მედია, ძირითადად, ფაქტების გაშუქებაზე ამახვილებდა ყურადღებას. მიუხედავად ამგვარი დასაწყისისა, მოსალოდნელია, რომ რუსეთ-უკრაინის ომი წლის განმავლობაში იქონიებს გავლენას მედიის პოლარიზაციის მაჩვენებელზე.
- ნიკა გვარამიას დაპატიმრება (2022 წლის მაისი): კრიტიკული სატელევიზიო არხის დირექტორის, ნიკა გვარამიას, პატიმრობა გაზრდილი პოლარიზაციის პირველ ტალღას დაემთხვა.
- ევროპარლამენტის რეზოლუცია საქართველოში მედიის თავისუფლების დარღვევების შესახებ (2022 წლის ივნისი): ამ კრიტიკული რეზოლუციის მიღება გაზრდილი პოლარიზაციის პირველ ტალღას დაემთხვა, რამაც, შესაძლოა, ხელი შეუწყო მედია-დისკუსიებს პრესის თავისუფლებისა და ჟურნალისტების უსაფრთხოების შესახებ.
- ვერტმფრენის ჩამოვარდნა გუდაურში (2022 წლის ივლისი): ეს ტრაგიკული ინციდენტი, რომელმაც რვა ადამიანის სიცოცხლე შეიწირა, არ დაემთხვა მედიის პოლარიზაციის ინდექსის მნიშვნელოვან ცვლილებას. თუმცა ინდექსი შესამჩნევად იზრდებოდა 2022 წლის აგვისტოს შუა რიცხვებიდან. აღნიშნული

ზრდა 2022 წლის ოქტომბრის დასაწყისამდე გაგრძელდა.

- ბავშვის დაღუპვა ვაკის პარკის შადრევანში (2022 წლის ოქტომბერი): ამ ტრაგიკული მოვლენის კვალდაკვალ მედიის პოლარიზაციის ინდექსი მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა.
- 2023 წლის პირველ ნახევარში მედიის პოლარიზაციის ინდექსი სტაბილურობას ინარჩუნებდა, რასაც მოჰყვა ინდექსის მნიშვნელოვანი ზრდის ტენდენცია წლის მეორე ნახევარში. დაფიქსირდა პოლარიზაციის ინდექსის ზრდის ხუთი განსხვავებული პერიოდი: თებერვალი, აპრილ-მაისი, ივლის-აგვისტო, სექტემბერი და ოქტომბერ-ნოემბერი. აღნიშნული ტალღები შემდეგნაირად ემთხვეოდა მომხდარ ძირითად მოვლენებს:
  - მარტი: მმართველი პარტიის მცდელობა მიეღო ე.წ. „რუსული“ კანონი „აგენტების შესახებ“: საკითხის მნიშვნელობის მიუხედავად, იგი არ დაემთხვა ინდექსის ზრდის პერიოდს. აღსანიშნავია, რომ დემონსტრაციის შემდეგ ქართული მედიის ყურადღება მთლიანად საქართველოს ევროინტეგრაციისკენ იყო მიმართული.
  - აპრილი: აშშ-მა ქართველ მოსამართლეებს სანქციები დაუწესა: აღნიშულმა მოვლენამ არ განაპირობა ინდექსის მნიშვნელოვანი ზრდა.
  - აგვისტო: რაჭაში, შოში, მეწყერი ჩამოწვა: ამ მოვლენამ, სავარაუდოდ, გაამწვავა ივლის-აგვისტოს ტალღა ხელისუფლების პასუხისმგებლობის გარშემო არსებული ინტენსიური დებატების გამო (დებატები უკავშირდებოდა ადრეული გაფრთხილების სისტემის არარსებობას, კოტეჯების

რამაც ადამიანების ფიზიკური დაზავება და აღშფოთება გამოიწვია."

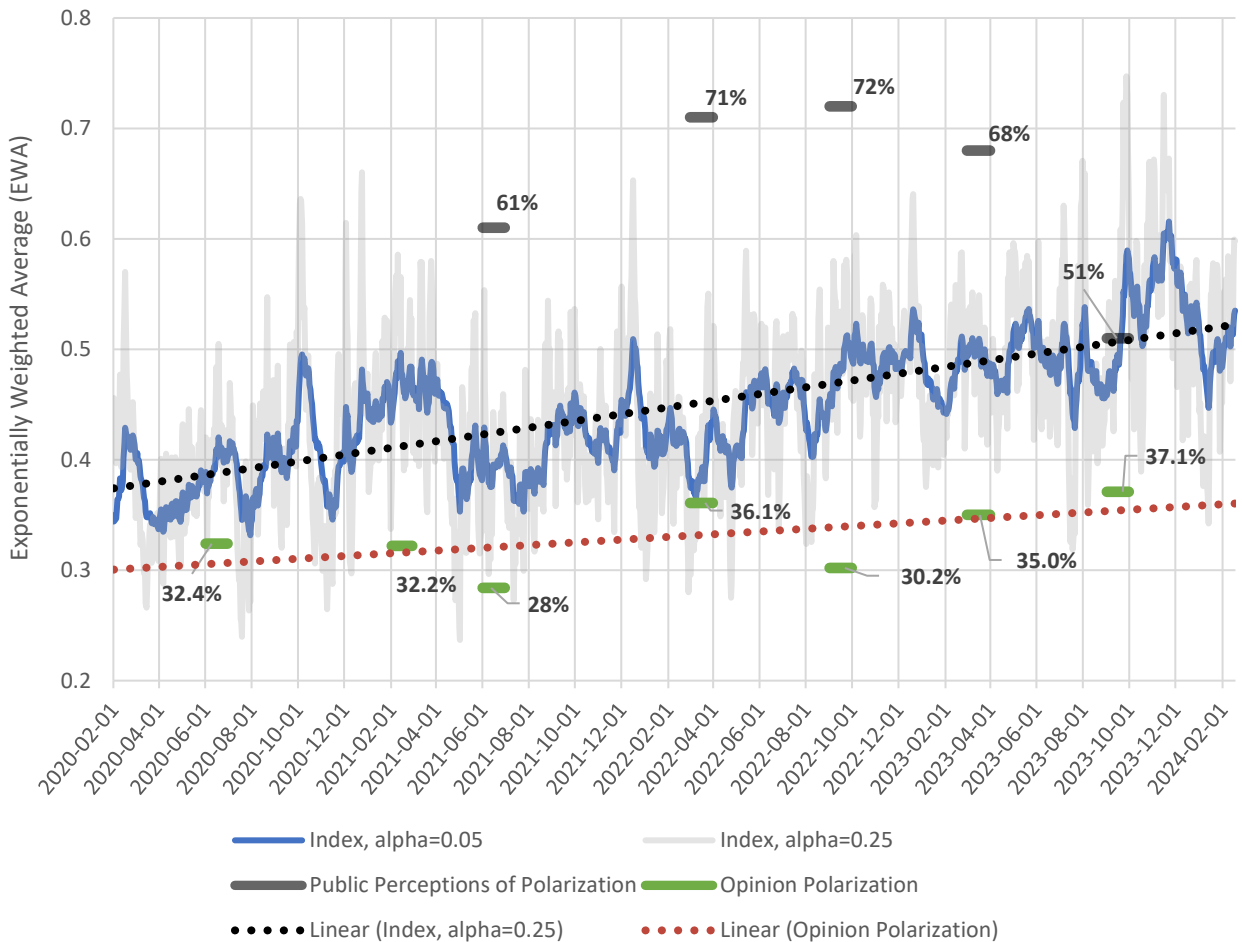
მშენებლობის ნებართვებს და სამაშველო ოპერაციას).

- სექტემბერ-ნოემბრის ტალღა: ამ ტურბულენტურ პერიოდში შემდეგი მოვლენები დაფიქსირდა:
  - პრეზიდენტ ზურაბიშვილის იმპიჩმენტის პროცესი, რამაც, სავარაუდოდ, ხელი შეუწყო ზრდის ტენდენციას.
  - აშშ-ის სახელმწიფო დეპარტამენტმა სანქცია დაუწესა ოთარ ფარცხალაძეს

- საქართველოს ეროვნული ბანკის კრიზისი: ეროვნული ბანკის დადგენილება სანქციებისა და ეროვნული ბანკის სამი ვიცე-პრეზიდენტისა და მრჩევლის გადადგომის შესახებ. შესაძლოა, ეროვნულ ბანკში არსებულმა ამ კონფლიქტმა ხელი შეუწყო მედიის პოლარიზაციას.

მედიის პოლარიზაციის ინდექსის თანახმად, 2023 წლის ნოემბერში მედია იმაზე მეტად პოლარიზებული იყო, ვიდრე ოდესმე (საანგარიშო პერიოდში).

**გრაფიკი 3: მედიის პოლარიზაციის ინდექსი, პოლარიზაციის აღქმა საზოგადოების მიერ და აზრის პოლარიზაცია**



(რუსეთის მოქალაქე ქართველი ბიზნესმენი და საქართველოს ყოფილი გენერალური პროკურორი): აღნიშნული მოვლენის კავშირი პოლარიზაციის ინდექსთან დაუდგენელია.

2023 წლის დეკემბერში საქართველომ მიიღო ევროკავშირის წევრობის კანდიდატის სტატუსი, რაც ბიძინა ივანიშვილის პოლიტიკურ ასპარეზზე დაბრუნებას დაემთხვა.

საერთო ჯამში, 2023 წლის მეორე ნახევარში აშკარად გაიზარდა მედიის პოლარიზაციის ხარისხი, რაც, სავარაუდოდ, უკავშირდება რამდენიმე პოლიტიკურ მოვლენას, განსაკუთრებით, შოვის მეწყერს და სექტემბერ-ნოემბრის პერიოდში მომხდარ ზემოთ ჩამოთვლილ მოვლენებს. 2024 წლის იანვრის შუა რიცხვებიდან საქართველოში მედიის პოლარიზაციის ინდექსი სტაბილურად იზრდება.

უნდა აღინიშნოს, რომ, შესაძლოა, მედიის პოლარიზაციის ინდექსი სრულად არ ასახავდეს მედია-პლატფორმების პოლარიზაციის ხარისხს, რაც განპირობებულია იმით, რომ ინდექსი ეფუძნება მედია-საშუალებების კონტენტებს შორის არსებულ განსხვავებებს მაშინ, როცა კრიტიკული მედია საშუალებები ხშირად ციტირებენ მმართველი პარტიის წევრებისა და საქართველოს მთავრობის განცხადებებს, რაც, სავარაუდოდ, იწვევს ხელისუფლებისადმი შედარებით ლოიალურ მედია-საშუალებების კონტენტთან თანაკვეთას. ამ თანაკვეთამ შესაძლოა შენიღბოს მედია-სივრცეში არსებული საპირისპირო შეხედულებების რეალური მასშტაბი.

### **მედიის პოლარიზაცია, საზოგადოებრივი განწყობა და საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაცია**

მედიის პოლარიზაციის ინდექსის შემუშავების შემდეგ, ISET-ის კვლევითმა ინსტიტუტმა შეისწავლა, როგორ არის ერთმანეთთან დაკავშირებული საზოგადოების მიერ პოლიტიკური და აზრის პოლარიზაციის აღქმა და მედიის პოლარიზაციის ინდექსი. საზოგადოების აღქმა იზომება იმ ადამიანების პროცენტული მაჩვენებლით, რომლებსაც სჯერათ, რომ ქვეყნის პოლიტიკა სულ უფრო მეტად პოლარიზებული გახდა (საერთაშორისო რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) კვლევებში იზომება შეკითხვის დასმით: „როგორ ფიქრობთ, ქვეყანაში არსებული პოლიტიკა უფრო მეტად კონსენსუსისკენ იხრება თუ პოლარიზა-

ციისკენ?“). ეს მე-3 გრაფიკში ასახულია შავი შტრიხებით. აღსანიშნავია, რომ იმ ადამიანების პროცენტული მაჩვენებელი, რომლებიც ფიქრობენ, რომ პოლარიზაციის მაჩვენებელი იზრდება, შეზღუდული უ-ს ფორმას ქმნის, იზრდება 2021 წლის ივნისიდან 2022 წლის სექტემბრამდე, შემდეგ კი საგრძობლად მცირდება 51%-მდე 2023 წლის სექტემბერში. აქედან გამომდინარე შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მედიის პოლარიზაცია და საზოგადოების მიერ პოლარიზაციის აღქმა ერთმანეთთან პირდაპირ კავშირში არაა.

რაც შეეხება საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციას, როგორც წესი, ლიტერატურაში რამდენიმე მეთოდი გამოიყენება მის დასათვლელად. გრაფიკზე მწვანე შტრიხებით აღნიშნულია ინდექსის ერთი ვერსია, რომელიც გამოითვლება ესტებანის და რეის (Esteban and Ray (1994)) მეთოდის გამოყენებით.

ჩვენ გამოვივალეთ პოლარიზაციის მაჩვენებელი რესპუბლიკური ინსტიტუტის (IRI) გამოკითხვის ექვსი შეკითხვისთვის. შეკითხვები მოიცავდა შემდეგ საკითხებს: პოლიტიკური პრეფერენციები, ეკონომიკური მდგომარეობა, საგარეო პოლიტიკა, რუსეთთან დაკავშირებული უსაფრთხოება, ევროინტეგრაცია და ნატოში გაწევრიანება. კითხვები შეირჩა აკადემიურ ლიტერატურაზე დაყრდნობით. მაგ., სამხარაძემ (2022) გამოიკვლია მმართველი პარტიის, ქართული ოცნებისა და წამყვანი ოპოზიციური პარტიის, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის მედია-გამოსვლები ცხრა მედია-პლატფორმაზე (ოთხი სამთავრობო, ოთხი ოპოზიციური, ერთი ნეიტრალური მედია პლატფორმა). გამოკვლევის შინაარსის შესწავლის შედეგად გამოვლინდა ორი ძირითადი პოლარიზებული საკითხი: (1) რუსეთის შეჭრა უკრაინაში და საქართველოს საპასუხო ქმედებები; (2) ევროინტეგრაცია და მისი ინტერპრეტაციები. ამ საკითხებს შემდეგში ახასიათებდა ორი ძირითადი პოლარიზებული სტრატეგია: (ა) ორმხრივი თავდასხმები და შეთქმულების



თეორიები; და (ბ) პოლიტიკური დისკურსის პერსონალიზაცია.

ესტებანის და რეის (Esteban and Ray (1994)) ინდექსი მერყეობს 0%-დან (მხარეები თანხმდებიან) 100%-მდე (მხარეები საერთოდ ვერ თანხმდებიან). მიუხედავად იმისა, რომ ინდექსს არ აქვს კონკრეტული ზღვარი, რის შემდეგაც ითვლება, რომ პოლარიზაცია საზიანო ხდება, ინდექსის მეშვეობით შესაძლებელია საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციასთან დაკავშირებული ცვლილებებისათვის თვალყურის დევნება.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციის მზარდი ტენდენცია, თუმცა, აღნიშნული მრუდი გაცილებით ბრტყელია მედიის პოლარიზაციის ამსახველ მრუდთან შედარებით. აღსანიშნავია, რომ 2020 წლის ივნისიდან 2022 წლის მარტამდე მათი დინამიკა ერთმანეთის მსგავსი იყო: ერთი მაჩვენებლის ზრდას მეორის ზრდა ემთხვეოდა და – პირიქით. თუმცა 2022 წლის მარტიდან ეს დინამიკა შეიცვალა.

### **მედიის პოლარიზაცია და პოლიტიკური პარტიების რეიტინგი**

ამ ნაწილში განხილულია, როგორ იცვლება წამყვანი პოლიტიკური პარტიების რეიტინგი მედიის პოლარიზაციასთან მიმართებით. მე-4 გრაფიკზე ლურჯი შტრიხი აღნიშნავს ქართული ოცნების (მმართველი პარტიის) მხარდამჭერთა პროცენტულ მაჩვენებელს, წითელი – ნაციონალური მოძრაობის (წამყვანი ოპოზიციური პარტიის), მწვანე კი – სხვა მცირე პარტიების. გასათვალისწინებელია, რომ პროცენტული მაჩვენებლები ყოველთვის არ არის 100%-ის ტოლი, რაც გამოწვეულია იმით, რომ ამომრჩევლების ნაწილი თავს იკავებს ხმის მიცემისგან, ნაწილი საარჩევნო ყუთში ყრის ცარიელ ბიულეტენებს, ნაწილს კი არ აქვს ჩამოყალიბებული პოზიცია.

თავდაპირველად, მე-4 გრაფიკზე ასახულია შემდეგი კანონზომიერება: 2022 წლის შუა რიცხვებამდე მედიის პოლარიზაციის ზრდა დაემთხვა ქართული ოცნებისა და ნაციონალური მოძრაობის მხარდამჭერთა რაოდენობის ზრდასა და სხვა პარტიების მხარდამჭერთა რაოდენობის შემცირებას.

ამის საპირისპიროდ, მედიის პოლარიზაციის შემცირება დაემთხვა ქართული ოცნების/ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის რეიტინგების ვარდნას და სხვა პარტიების მხარდამჭერების რაოდენობის ზრდას.

თუმცა ეს კანონზომიერება 2022 წლის მეორე ნახევარში დაირღვა. მიუხედავად იმისა, რომ მედიის პოლარიზაცია მკვეთრად გაიზარდა, ქართული ოცნების რეიტინგი მკვეთრად შემცირდა, შემდეგ კი ოდნავ გაიზარდა 2023 წლის ბოლოს. ამავდროულად, ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის და სხვა ოპოზიციური პარტიების რეიტინგები 2023 წლის ბოლოდან ერთმანეთის საპირისპიროდ იცვლება და არ ემთხვევა მედიის პოლარიზაციის ტენდენციებს. აღსანიშნავია, რომ ბოლო ორი წლის განმავლობაში სწრაფად გაიზარდა იმ ამომრჩეველთა რაოდენობა, რომელთაც არ აქვთ ჩამოყალიბებული პოლიტიკური პოზიცია. შედეგები მსგავსია, როდესაც საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციის მაჩვენებელს პარტიების რეიტინგს ვადარებთ.

დინამიკის ამგვარი ცვლილება, ნაწილობრივ, შეიძლება იმით აიხსნას, რომ 2020 და 2021 წლები, როდესაც პარტიების რეიტინგები შეესაბამებოდა პოლარიზაციის ტენდენციებს, არჩევნების წლები იყო. კანონზომიერება შეიცვალა 2022 წლის მეორე ნახევრიდან, რაც ემთხვევა რუსეთის უკრაინაში შეჭრას და ამის შედეგად არსებულ ცვლილებებს პოლიტიკურ რიტორიკაში.

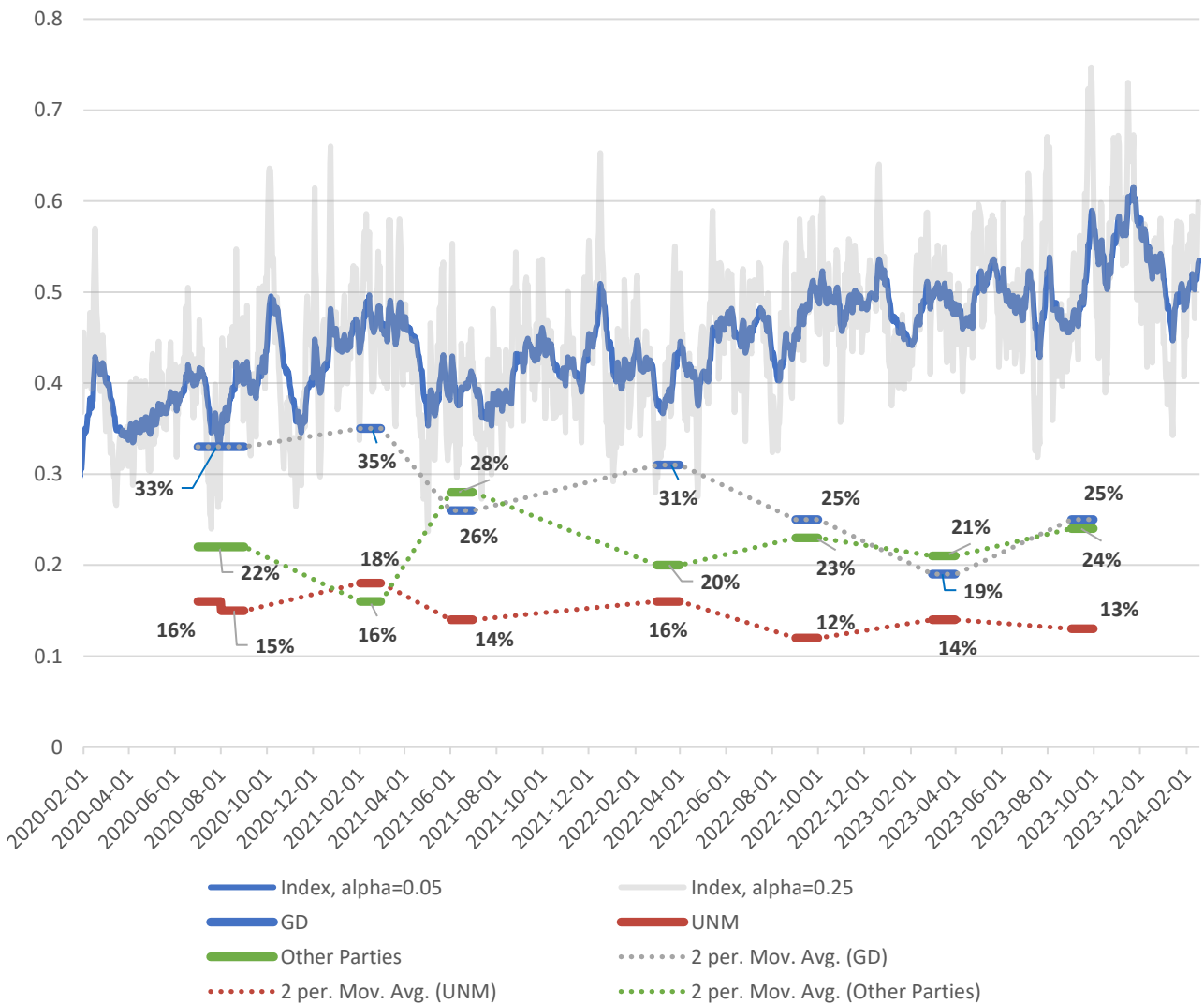
### **მედიის პოლარიზაცია და მომხმარებელთა განწყობის მაჩვენებელი**

დაბოლოს, ჩვენ ერთმანეთს შევადარეთ მედიის პოლარიზაციისა და ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტის მიერ შემუშავებული მომხმარებელთა განწყობის ინდექსები, რომელიც ყოველთვიურად 300-350 პირის გამოკითხვის საფუძველზე აფასებს მომხმარებელთა განწყობას მათი წარსული, აწმყო და მომავალი ფინანსური პერსპექტივების შესახებ (როგორც პირადი, ისე – ეროვნული).

ინდექსი ავლენს ზრდის ტენდენციას 2021 წლის მეორე ნახევრიდან. ეს მსგავსება შესაძლოა განპირობებული იყოს იმ საერთო პოლიტიკური და ეკონომიკური მოვლენებით, რომლებიც განაპირობებს ორივე მაჩვენებელს.

გარდა მომხმარებელთა განწყობის მაჩვენებლის საგრძნობი შემცირებისა 2021 წლის დასაწყისსა და 2022 წლის ბოლოს/2023 წლის დასაწყისში, რომელიც განსხვავდება მედიის პოლარიზაციის ინდექსის ტენდენციებისგან, ორივე ინდექსი მსგავსი კანონზომიერებით ხასიათდება. ორივე

**გრაფიკი 4. მედიის პოლარიზაციის ინდექსი და პოლიტიკური პარტიების რეიტინგი**



## შეჯამება და რეკომენდაციები

ინდექსი წარმოადგენს ქვეყანაში არსებული მედიის პოლარიზაციის, როგორც ირიბი პოლიტიკური პოლარიზაციის, რაოდენობრივი გაზომვის ერთადერთ და უაღრესად მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს. ეს არის მანქანური სწავლების ალგორითმზე დაფუძნებული, მიუკერძოებელი ინსტრუმენტი, რომელიც განკუთვნილია ყველა დაინტერესებული მხარის ინფორმირებისათვის. კონტენტის ანალიზის მეშვეობით, ინსტრუმენტის გამოყენებით გამოიკვეთა მედია-საშუალებების ორი განსხვავებული კლასტერი, რომლებიც კვლევის პერიოდში მნიშვნელოვნად განსხვავებული შინაარსის ინფორმაციას აშუქებდა. პირველ კლასტერში უპირატესობა ენიჭება იმ ახალი ამბების გაშუქებას, რომლებშიც გამოხატულია ოპოზიციური მოსაზრებები და ნაკლებად შექდება მთავრობის წარმომადგენლების მოსაზრებები. ამის საპირისპიროდ, მეორე კლასტერი, ძირითადად, აშუქებს ახალ ამბებს ხელისუფლების წარმომადგენლების მონაწილეობით და იშვიათად – ოპოზიციურ პერსპექტივებს. ინდექსი ასახავს მედიის პოლარიზაციის კომპლექსურ სურათს საქართველოში ბოლო ოთხი წლის განმავლობაში და ავლენს მედიის პოლარიზაციის მკაფიო ზრდის ტენდენციას, რომელიც, სავარაუდოდ, დაკავშირებულია სხვადასხვა პოლიტიკურ და სოციალურ მოვლენასთან. ინდექსის გამოყენება შესაძლებელია მედიას, საზოგადოებრივ აზრსა და პოლიტიკური აქტორების მხარდაჭერას შორის არსებული კავშირის გამოსავლენადაც. მიუხედავად იმისა, რომ, როგორც ჩანს, როგორც მედიაზე, ისე საზოგადოებრივ აზრზე გავლენას ახდენს მნიშვნელოვანი პოლიტიკური მოვლენები, გავლენის ბუნება და მასშტაბი მრავალმხრივია და არა ყოველთვის პირდაპირპროპორციული. იგივე ეხება, კავშირს მედიის პოლარიზაციასა და პოლიტიკური პარტიების მხარდაჭერას შორის.

მიუხედავად იმისა, რომ ინდექსი ავლენს მნიშვნელოვან პოლარიზაციას ისეთი კონკრეტული მოვლენის გარშემო, როგორცაა არჩევნები, მაჩვენებლები განსხვავებულია სხვადასხვა ფაქტობრივი გარემოების შემთხვევაში. აღსანიშნავია, რომ პოლარიზაციის საზოგადოებრივი აღქმა პირდაპირ არ არის დაკავშირებული მედიის პოლარიზაციის ინდექსთან. საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციის მაჩვენებელი ზრდის ტენდენციით ხასიათდება, თუმცა, 2022 წლის მარტის შემდეგ, აღნიშნულის ზრდის დინამიკა განსხვავდება მედიის პოლარიზაციის მაჩვენებლის ზრდის დინამიკისგან. თავდაპირველად, პოლიტიკურ პარტიათა რეიტინგები იმეორებს მედიის პოლარიზაციის ინდექსის დინამიკას, თუმცა ეს კავშირი შესუსტდა 2022 წლის შემდეგ, შესაძლოა, რუსეთის მიერ უკრაინის წინააღმდეგ დაწყებული ომის შესახებ პოლიტიკურ რიტორიკაზე გავლენის გამო. პოლიტიკურ პარტიათა რეიტინგისა და მედიის პოლარიზაციას შორის კავშირის შესწავლისას გამოვლინდა, რომ, რაც უფრო მაღალია პოლარიზაციის მაჩვენებელი, მით უფრო მაღალია ორი წამყვანი პოლიტიკური პარტიის რეიტინგი, ხოლო სხვა ოპოზიციური პარტიების (ძირითადად, პატარა ოპოზიციური პარტიების) რეიტინგი მცირდება. დაბოლოს, მედიის პოლარიზაციის ინდექსი გვიჩვენებს მომხმარებელთა განწყობის ინდექსის მსგავს ზრდის დინამიკას, რაც შესაძლოა განპირობებულია ორივე მაჩვენებელზე მოვლენების მსგავსი ზემოქმედებით. ჩატარებული კვლევის/შემუშავებული ინდექსის საფუძველზე, წინამდებარე დოკუმენტში შემოთავაზებულია სამი რეკომენდაცია დეპოლარიზაციის მისაღწევად, განსაკუთრებით ევროკომისიის 9 დათქმის შესრულების ქრილში, რომელთაგანაც ერთ-ერთს სწორედ დეპოლარიზაცია წარმოადგენს.

უპირველეს ყოვლისა, საჭიროა მედიის პოლარიზაციის, როგორც პოლიტიკური პოლარიზაციის ირიბი მაჩვენებლის, შემდგომი მონიტორინგი და დაკვირვება, რაც უზრუნველყოფს დაინტერესე-

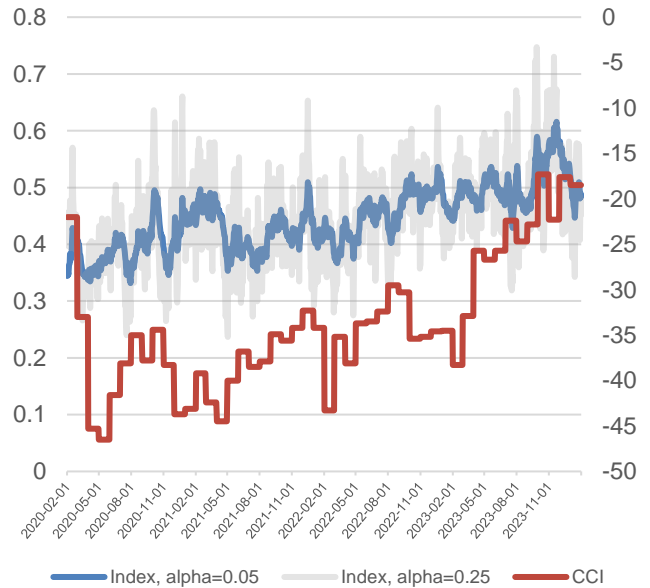
ბული მხარეების, საზოგადოებისა და პარტნიორების ინფორმირებას დეპოლარიზაციის პროცესის შესახებ.

გარდა ამისა, სასურველია პარტიებს შორის დიალოგის და უფრო ფართო, საზოგადოებრივი დიალოგის ხელშეწყობა, სადაც ყურადღება გამახვილებული იქნება რეალურ პრობლემებზე (შიდასექტორულ და განვითარებასთან დაკავშირებულ სირთულეებზე), განსაკუთრებით, მომავალი არჩევნებით განპირობებული მოსალოდნელი პოლიტიზირებული გარემოს პირობებში. ეს ხელს შეუწყობს პოლიტიკური უთანხმოებებიდან ყურადღების პოლიტიკური მიდგომების შესაძლო თანხვედრაზე გადატანას, რაც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს კომპრომისის და თანამშრომლობის კულტურის ჩამოყალიბებას.

გარდა ამისა, უაღრესად პოლარიზებულ გარემოში სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია დამოუკიდებელი მედიის მხარდაჭერა. კერძოდ, დამოუკიდებელი და ფაქტების შემოწმებელი ჟურნალისტური ინიციატივების ფინანსური და ინსტიტუციური მხარდაჭერის უზრუნველყოფა ხელს უწყობს კრიტიკულ ანალიზსა და სხვადასხვა პერსპექტივის არსებობას.

## დანართი

### გრაფიკის A1: მედიის პოლარიზაციის ინდექსი და მომხმარებელთა განწყობის ინდექსი



## ბიბლიოგრაფია

- Akdede, S. H. (2012). Income Inequality And Political Polarization and Fractalization: an Empirical Investigation of Some European Countries. *Bulletin of Economic Research Volume 64*, 20-30.
- Azzimonti, M. (2011). Barriers to investment in polarized societies, *American Economic Review* 101, 2182-2204.
- Baker, S.R., Bloom N., Canes-Wrone B., Davis S. J., & Rodden J., 2014, Why has us policy uncertainty risen since 1960? *American Economic Review* 104, 56-60.
- Baldassarri, D. & Gelman, A. (2008). Partisans without Constraint: Political Polarization and Trends in American Public Opinion. *American Journal of Sociology*. 114 (2): 408–446.
- Bárcena-Martín, E., & Silber, J. (2018). On the decomposition of the Esteban and Ray index by income sources. *Econometrics*, 6(2), 17.
- Bertoa, F. C. (2019). Polarization and Fragmentation of Georgian Political Landscape: Implications for Democracy. Expert Interview # 7. Georgian Institute of Politics.
- Boxell, L.; Gentzkow, M. & Shapiro, J. M. (2022-01-25). "Cross-Country Trends in Affective Polarization". *The Review of Economics and Statistics*: 1–60. doi:10.1162/rest\_a\_01160. ISSN 0034-6535
- Brussels. (2022, June 17). *Opinion on the EU membership application by Georgia*. Retrieved from European Commission: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda\\_22\\_3800](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_22_3800)
- Carothers, T., & O'Donohue A. (2019). How to Understand the Global Spread of Political Polarization. Retrieved from <https://carnegieendowment.org/2019/10/01/how-to-understand-global-spread-of-political-polarization-pub-79893>
- CRRC (2020). Are Georgian Voters Polarized? Policy Bulletin.
- Esteban, J. M., & Ray, D. (1994). On the measurement of polarization. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 819-851.
- Fraser, T., Aldrich, D. P., Panagopoulos, C., Hummel, D., & Kim, D. (2022). The harmful effects of partisan polarization on health. *PNAS nexus*, 1(1), pgac011.
- Frymer, P. (2011). Debating the Causes of Party Polarization in America. *California Law Review*, 335-349.
- García-Guadilla, M. P. & Mallen, A. (2019). Polarization, Participatory Democracy, and Democratic Erosion in Venezuela's Twenty-First Century Socialism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 681 (1): 62–77.
- Gegeshidze A., & De Waal, T. (2021). Divided Georgia: A Hostage to Polarization.
- Gu, Y., & Wang, Z. (2022). Income Inequality and Global Political Polarization: The Economic Origin of Political Polarization in the World. *Nature Public Health Emergency Collection*
- Guirola, L. (2021). Does political polarization affect economic expectations?: Evidence from three decades of cabinet shifts in Europe.
- Heltzel G., & Laurin K. (2020). Polarization in America: two possible futures. *Curr Opin Behav Sci.*, 179-184. doi: 10.1016/j.cobeha.2020.03.008. Epub 2020 May 6. PMID: 32391408; PMCID: PMC7201237.
- Jain, A., & Dandannavar, P. (2016). Application of Machine Learning Techniques to Sentiment Analysis. 2016 2nd International Conference on Applied and Theoretical Computing and Communication Technology (iCATccT) (pp. 628-632). Bangalore: IEEE.
- Kamiri, J., & Mariga, G. (2021). Research Methods in Machine Learning: A Content Analysis. *International Journal of Computer and Information Technology*, 78-91.
- Koudenburg, N., Kiers, H. A., & Kashima, Y. (2021). A new opinion polarization index developed by integrating expert judgments. *Frontiers in psychology*, 12, 738258.
- Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *ANNALS of the International Communication Association*, 45(3), 188–206. doi:10.1080/23808985.2021.1976070
- Le, Q., & Mikolov, T. (2014). Distributed Representations of Sentences and Documents. Proceedings of the 31st International Conference on Machine Learning (pp. 1188-1196). Beijing: JMLR.org.
- McCarty, N. (2007). The policy effects of political polarization, *The transformation of American Politics*, chapter 9, 223-255 (Princeton University Press).
- McCarty, N., Poole, K. T., & Rosenthal, H. (2016). *Polarized America: The dance of ideology and unequal riches*. mit Press
- McCoy, J., & Press, B. (2022). What Happens When Democracies Become Perniciously Polarized?
- Mikolov, T., Chen, K., Corrado, G., & Dean, J. (2013). Efficient Estimation of Word Representations in Vector Space. arXiv.
- Montalvo, J. G., & Reynal-Querol, M. (2005). Ethnic polarization, potential conflict, and civil wars. *American economic review*, 95(3), 796-816.
- Németh, R. (2022). A scoping review on the use of natural language processing. *Journal of Computational Social Science*.

Palonen, E. (2009). Political Polarisation and Populism in Contemporary Hungary. *Parliamentary Affairs* 62(2):318-334

Patkós, V. Measuring partisan polarization with partisan differences in satisfaction with the government: the introduction of a new comparative approach. *Qual Quant* 57, 39–57 (2023). <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01350-8>

Samkharadze, N. (2022). What Does the Polarization in Georgia Look Like and How to Measure it? Georgian Institute of Politics, Issue #60.

Schaeffer, M. (2013). Can competing diversity indices inform us about why ethnic diversity erodes social cohesion? A test of five diversity indices in Germany. *Social Science Research*, 42(3), 755-774.

Segev, E. (2020). Textual network analysis: Detecting prevailing themes and biases in international news and social media. Wiley, 1-14.

Somer, M., & McCoy J. (2018). Déjà Vu? Polarization and Endangered Democracies in the 21st Century. *American Behavioral Scientist* 62, no. 1.

Torcal M. & Comellas M. J. (2022). Affective Polarisation in Times of Political Instability and Conflict. Spain from a Comparative Perspective, *South European Society and Politics*, 27:1, 1-26, DOI: [10.1080/13608746.2022.2044236](https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2044236)

Törnberg, P. (2022). How digital media drive affective polarization through partisan sorting. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 119(42), e2207159119. doi:10.1073/pnas.2207159119

Vallier, K. (2020). *Trust in a polarized age*. Oxford University Press

Van der Eijk, C. (2001). Measuring agreement in ordered rating scales. *Quality and Quantity*, 35, 325-341

World Bank (2016). Polarization and Populism. Europe and Central Asia Economic Update. Office of the Regional Chief Economist.

Zhu, Q. (2021) Investing in Polarized America: Real Economic Effects of Political Polarization. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3820979> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3820979>