

კულტურა ჰიბრიდული ომის მედიაპლატფორმაზე

გიორგი ხართოლანი

საკვანძო სიტყვები: ჰიბრიდული ომი, რბილი ძალა, საინფორმაციო ომი, იდეოლოგიური პროპაგანდა, კულტურა, ხელოვნება, მედია, რუსეთი, საქართველო

ნაშრომში განხილულია, თუ რამდენად აქტიურად არის ჩართული თანამედროვე პოსტსაბჭოთა სივრცეში წარმოებულ ჰიბრიდულ ომებში კულტურა და მედია. რუსეთის ფედერაციამ, რომლის გაცხადებული მიზანია საბჭოთა იმპერიის აღდგენა, საქართველოში ეს ომი წამოიწყო დიდი ხნით ადრე, ვიდრე იდენის რეალიზაციისთვის ღია საბრძოლო მოქმედებებზე გადავიდოდა. ჰიბრიდული ომის მნიშვნელოვანი შემადგენელი იდეოლოგიური პროპაგანდაა. რუსული პროპაგანდა ქმნის დასავლური ლიბერალური საზოგადოების მტრის ხატს, რომელიც ებრძვის ტრადიციულ ეროვნულ და რელიგიურ ფასეულობებს. ჰიბრიდული ომის შემადგენელი ამ ე.წ. ეროვნული იდეოლოგიური პოლიტიკის გამტარებელმა ყველა მედიაპლატფორმამ დიდი ადგილი დაუთმო კულტურის და ხელოვნების პროპაგანდისტებს და ეს სივრცე შეუზღუდა იმ არტისტებს, რომლებიც ეწინააღმდეგებიან არსებული რუსული პროპაგანდის ნარატივს და ქვეყნის დასავლური ორიენტაციის იდეას უჭერენ მხარს.

ქვეყნის ადვილად მოწყვლადი, უმეტესად ღარიბი მოსახლეობა, სადაც წლების განმავლობაში ვერ ჩამოყალიბდა მაღალი პოლიტიკური კულტურის მქონე სამოქალაქო საზოგადოება, ადვილად ექცევა მასობრივი კომუნიკაციების პროპაგანდისტული საშუალებებით გავრცელებული ამ ვირუსული, ფსევდო პატრიოტული და ფსევდო რელიგიური იდეების გავლენის ქვეშ. 30-წლიანი შიდა ომებით დაღლილი საზოგადოება ე.წ. მშვიდობის ხარჯზე თანახმაა შეეღიოს ქვეყნის დამოუკიდებლობის და დემოკრატიული განვითარების იდეას, რომელმაც, პროპაგანდისტების აზრით, ვერ შეცვალა რიგითი ადამიანის ცხოვრების ხარისხი. ამ ფონზე ქართული მედიის და კულტურის წარმომადგენლების გარკვეული ნაწილი თანამედროვე ქართულ საზოგადოებაში სულ უფრო ამყარებს მოსაზრებას, რომ ერთმორწმუნე ოკუპანტი სახელმწიფო, ქვეყნის ევროატლანტიკურ მისწრაფებაზე უარის თქმის სანაცვლოდ, გვთავაზობს მშვიდობას, სტაბილურობას და შესაძლოა დაკარგული ტერიტორიების დაბრუნებასაც კი.

როდესაც ვახსენებთ სიტყვას ომი, პირველ ყოვლისა, ვგულისხმობთ ხილულ სამხედრო დაპირისპირებას, სადაც აქტიურად გამოიყენება სამხედრო ტექნიკა და ცოცხალი ძალა. მაგრამ ამგვარი ომი უკვე არის იმ მრავალწლიანი მუშაობის შედეგი, რაც წინ უძღვის საომარი მოქმედებების დაწყებას. განსაკუთრებული მნიშვნელობა კი ამ სამზადისში ეკისრება ომის იმ მხარეს, რომელიც არ გულისხმობს ცეცხლს, ადამიანების სიკვდილს. ასეთ „უსისხლო“ ომს კრებითი სახელი - ჰიბრიდული ომი ეწოდება.

ჰიბრიდული ომი მრავალი კომპონენტისგან შედგება, მაგრამ ჩვენ ყურადღებას ამაჯერად მის ორ

მნიშვნელოვან მდგენელზე: რბილ ძალასა და საინფორმაციო ომზე შევაჩერებთ, რამდენადაც ისინი აქტიურად იყენებენ კულტურას და ხელოვნებას.

ტერმინში „საინფორმაციო ომი“, რასაკვირველია, ყურადღებას იპყრობს სიტყვა ომი, რაც გულისხმობს საზოგადოებისთვის ზიანის მომტან ქმედებას. საინფორმაციო ომი იწყება სამხედრო ძალის გამოყენებამდე და გრძელდება ომის მიმდინარეობის და მისი დასრულების შემდეგაც. მისი მიზანია გარემომცველი სამყარო, საკუთარი და დასაპყრობი ქვეყნის მოსახლეობა დაარწმუნოს ომის წარმოების აუცილებლობასა და სამართლიანობაში. ვფიქრობ, სწორედ საინფორმაციო ომი არის ე.წ. რბილი ძალის ერთ-ერთი

მნიშვნელოვანი საყრდენი, რადგან იგი, უპირატესად, მასობრივი ინფორმაციის და კომუნიკაციის საშუალებების დახმარებით მიმდინარეობს და ეს პლატფორმა ყველაზე ეფექტური ასპარეზია მისი მრავალკომპონენტური მოქმედების წარმოებისთვის.

რბილი ძალა განსაკუთრებით შედეგიანია ისეთ ქვეყნებში, სადაც ხშირია პოლიტიკური დაპირისპირებები, საზოგადოება გახლეჩილია და ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალი, მოსახლეობის ცხოვრების დონე უკიდურესად დაბალი. ძლიერი ეკონომიკის და სამხედრო ძალის მქონე ქვეყანა, რომლის მიზანია საკუთარი გავლენის არეალის, ზოგჯერ კი საზღვრების გაფართოებაც კი, იწყებს მედიის და კულტურის იმ ავტორიტეტული და პოპულარული ადამიანების გააქტიურებას, ვისთვისაც მნიშვნელოვანია მატერიალური თუ ფინანსური კეთილდღეობა და ძალაუფლების იერარქიულ შტოში ადგილის დაკავება, ვისაც საკუთარი პოპულარობის და ავტორიტეტის გამო, შეუძლია საზოგადოების დარწმუნება ამა თუ იმ იდეის სამართლიანობაში.

რბილი ძალა – ერთი შეხედვით პარადოქსულად გამოიყურება სიტყვათა ამავგარი შეთანხმება. როგორ შეიძლება ის, რაც რბილია, იყოს ძალა? სიტყვა რბილი მოიაზრებს მოსახლეობის, საზოგადოების მიმართ ერთი შეხედვით რბილ, უფრო მეტად კი მზრუნველ დამოკიდებულებას, როდესაც კონკრეტული ადამიანები ან საზოგადოებრივი ჯგუფები ამა თუ იმ იდეის ირგვლის რაც შეიძლება მეტი ადამიანის მობილიზებას ახორციელებენ. ამ დროს ე.წ. მოაზროვნე თავები მასობრივი კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებების გამოყენებით, მოსახლეობას განუსაზღვრავენ სამოქალაქო აქტივობის პრიორიტეტებს, პოლიტიკური ორიენტაციის კურსს; სთავაზობენ არჩევნის გაკეთების მხოლოდ ერთ, უალტერნატივო გზას; ესაუბრებიან იმ საფრთხეებზე, რამაც შეიძლება დააზიანოს ეროვნული, ტრადიციული და რელიგიური ღირებულებები. რაც მთავარია, ისინი მოსახლეობას არწმუნებენ, რომ მათ ამოძრავებთ მხოლოდ და მხოლოდ ხალხზე და ქვეყანაზე ზრუნვა, ეროვნული ინტერესები და პატრიოტული სულისკვეთება. ასეთ ადამიანებს არ უჭირთ მოსახლეობის გარკვეული ნაწილის დარწმუნება იმაში, რომ თუ დაუჯერებენ, აუცილებლად ექნებათ უზრუნველი ცხოვრება, რომ მინიმალური შრომით და ზოგჯერ უშრომელადაც კი, მიიღებენ სტა-

ბილურ, მაღალ შემოსავალს (ეს ძალიან მნიშვნელოვანია, რადგან საზოგადოების დიდ ნაწილს ურჩევნია ყოველგვარი პროფესიული საქმიანობის გარეშე, მიიღოს ე.წ. უფასო ფული). ამ ამქვეყნიურ სამოთხეს კი მათ სხვა ადამიანები, უფრო კი სხვა, ძლიერი ქვეყნები შექმნიან. საზოგადოებაზე ზემოქმედების სწორედ ამგვარ, ერთი შეხედვით რბილ ფორმებში არის სწორედ ის ძალა, რომელსაც იყენებს უცხო ქვეყანა და მისი სპეცსამსახურები დასახული მიზნების მისაღწევად და არც თუ იშვიათად, ღია სამხედრო ჩარევის გარეშე, არჩევნების გზით, ახორციელებს ქვეყნის სათვეში მისთვის სასურველი ხელისუფლების მოყვანასაც კი.

არის რბილი ძალის კიდევ ერთი, არც თუ უმნიშვნელო ასპარეზი. ეს არის საკუთრივ ის სფეროები, სადაც „რბილ ძალად“ ქვეყნული ადამიანები მოღვაწეობენ. ამ მხრივ საყურადღებოა სახელოვნებო სივრცე.

მხატვრული პროდუქტის შექმნას ყველა ეპოქაში სჭირდებოდა ფინანსური უზრუნველყოფა, თუმცა მის წარმატებას მხოლოდ ეს არ განაპირობებდა. თანამედროვე კულტურის სრულმა კომერციალიზაციამ გარკვეულწილად შეუწყო ხელი ჰიბრიდულ ომში მის რბილ ძალად გამოყენებას. განსაკუთრებით ე.წ. მესამე ქვეყნებში, სადაც ზოგადად კულტურას და სახელოვნებო სივრცეს არსებობის შენარჩუნებისთვის სჭირდება გარანტირებული ფინანსური უზრუნველყოფა. ასეთი ტიპის სახელმწიფოების მხრიდან დოტაცია მინიმალურია, ხოლო კერძო ბიზნესიდან მიღებული სასპონსორო და სარეკლამო შემოსავალი ხშირად დარგის შენარჩუნებისთვისაც კი არ არის საკმარისი. ამას ემატება გასაღების ბაზრის სიმცირე, რაც პრაქტიკულად შეუძლებელს ხდის სახელოვნებო პროდუქტის გაყიდვით მოგების მიღებას. შესაბამისად, სახელოვნებო სივრცის წარმომადგენლების შემოსავლის მეტ-ნაკლებად სტაბილურ წყაროს, სამწუხაროდ, უცხო ქვეყნის მიერ წარმოებულ ჰიბრიდულ ომში იძულებითი თუ ნებაყოფლობითი ჩართვის შედეგად მიღებული საფასური წარმოადგენს.

არის გამოთქმა – ვინც იხდის ფულს, ის უკვე თავს მუსიკას. ეკონომიკურად, ფინანსურად ძლიერი სახელმწიფოები, რომლებიც აწარმოებენ ჰიბრიდულ ომებს, საკმაოდ დიდ თანხებს ხარჯავენ სწორედ მასობრივი/პოპულარული კულტურის და მათი წარმომადგენლების დაფინანსებაში. ისინი ასპონსორებენ

სახელოვნებო სივრცეს, შემოქმედებით ჯგუფებს თუ ცალკეულ ხელოვანებს. მათი თანხები იხარჯება პროდუქციის რეკლამაში და მარკეტინგული საქმიანობის წარმართვაში. შესაბამისად, თანდათან, ეროვნული კულტურა ექცევა სხვა ქვეყნის სრული ფინანსური და მატერიალური გავლენის ქვეშ, მისი წარმომადგენლები კი ვალდებული არიან შეასრულონ ფულის გადამხდელის დაკვეთა. აქედან გამომდინარე, კულტურის (მეტწილად მასკულტურის) პროდუქციის დიდი წილი უმეტესად პროპაგანდისტული ხასიათისაა, რომლის მიზანია იდეოლოგიური ფონის გაძლიერებით მოსახლეობის პოლიტიკური და კულტურული ვექტორის სასურველი რაკურსით წარმართვა.

კულტურის პროპაგანდისტად ქცევის ყველაზე ძლიერი საშუალება არის მედია. რომელიც თავის მხრივ, აქტიურად აწარმოებს საინფორმაციო ომს. სწორედ მედიასივრცეს იყენებს ჰიბრიდული ომის წარმოებისთვის აგერესორი ქვეყანა, რომელიც ამ მნიშვნელოვან პლატფორმაზე ინტენსიურად ათავსებს საჭირო კულტურულ პროდუქტს და ასპარეზს უთმობს სახელოვნებო სივრცის პროპაგანდისტ წარმომადგენლებს. ეს პლატფორმები არ მოიცავს მხოლოდ ტრადიციულ მედიას, ის უწყვეტად ავრცელებს საკუთარ იდეოლოგიას ახალ მედიაპლატფორმებზეც, რომლებსაც დღეს გაცილებით მრავალფეროვანი მომხმარებელი ჰყავს.

თანამედროვე პოსტსაბჭოთა სივრცეში ჰიბრიდული ომის მწარმოებელი რუსეთის ფედერაციაა, რომლის უმაღლესი ხელისუფლება და პირადად პრეზიდენტი ვლადიმერ პუტინი თვლის, რომ მეოცე საუკუნის ყველაზე დიდი გეოპოლიტიკური დანაშაული საბჭოთა კავშირის დაშლა იყო, ხოლო მისი, როგორც რუსეთის ფედერაციის პრეზიდენტის მისიაა აღადგინოს იგი და დაუბრუნოს მსოფლიოში სუპერსახელმწიფოს (დერჟავას) ფუნქცია. ამ იდეის რეალიზაციისკენ სწრაფვა მან მასშტაბური საბრძოლო მოქმედებების დაწყებამდე (ომები საქართველოში, დნესტრისპირეთის და ყირიმის ანექსია და ბოლოს ფართომასშტაბიანი ომი უკრაინაში), დიდი ხნით ადრე წამოიწყო ჰიბრიდული ომების მეშვეობით. ამ ომებმა მოიცვა საზოგადოებრივი და პოლიტიკური ცხოვრების თითქმის ყველა სფერო, მათ შორის კულტურა და მედია.

ნებისმიერი ომის, მათ შორის ჰიბრიდულის ეფექ-

ტური წარმოებისთვის აუცილებელია მტრის ხატის შექმნა და ასეთი მტერი დასავლური დემოკრატიული და ლიბერალური სამყარო აღმოჩნდა. ეს არც არის გასაკვირი, რადგან ავტოკრატიულ და ტოტალიტარულ მმართველობას ყველაზე დიდ საფრთხეს დემოკრატიული სამყარო უქმნის, სადაც უმთავრესი ღირებულება ადამიანის თავისუფლებაა, რაც სიტყვის და გამოხატვის თავისუფლებასაც გულისხმობს.

სსრკ-ის დაშლის შემდეგ პოსტსაბჭოთა რესპუბლიკების ევროპულ ნაწილს გაუჩნდა სურვილი შეერთებოდა იმ დასავლურ ცივილიზებულ სამყაროს, რომელიც დაშლილ ეკონომიკას აღადგენდა და ქვეყნის დემოკრატიული განვითარების კურსს უზრუნველყოფდა. დასავლეთიც ახალი დემოკრატიის მშენებელ სახელმწიფოებს მხარდაჭერას და საკუთარ სივრცეში მიღებას დაჰპირდა. თუმცა ამ მხრივ რეალური, ქმედითი ნაბიჯები არ გადაიდგა. ამან საზოგადოებაში გააჩინა ერთგვარი ნიჰილიზმი, რითაც ისარგებლა რუსეთის პოლიტიკურმა ტაქტიკამ და წამოიწყო ფართომასშტაბიანი ჰიბრიდული ომი, რომლის მიზანიც იყო საზოგადოების მომზადება უკან სსრკ-ში დასაბრუნებლად. მიზნის მისაღწევად კი ამოქმედდა ე.წ. რბილი ძალა, რომელიც დაეყრდნო პოსტსაბჭოთა ქვეყნების კულტურის და მედიის ძველი თუ ახალი თაობის იმ პოპულარულ წარმომადგენლებს, რომელთაც ხელი უნდა შეეწყოთ დასავლეთის სახელმწიფოების 30-წლიანი დაპირებების მიმართ საზოგადოების დიდ ნაწილში ნიჰილიზმის და უნდობლობის გაღვივებისთვის, უფრო მეტიც, „ლიბერატისიზმად“ წოდებული დასავლეთის ლიბერალიზმის და დემოკრატიის სახით შეიქმნა მტრის ხატი, რომელიც ებრძვის ტრადიციულ, ეროვნულ და რელიგიური ფასეულობებს.

ქვეყნის ადვილად მოწყვლადი, უმეტესად ღარიბი მოსახლეობა, სადაც წლების განმავლობაში ვერ ჩამოყალიბდა მაღალი პოლიტიკური კულტურის მქონე სამოქალაქო საზოგადოება, ადვილად ექცევა მასობრივი კომუნიკაციების პროპაგანდისტული საშუალებებით გავრცელებული ამ ვირუსული, ფსევდო პატრიოტული და ფსევდო რელიგიური იდეების გავლენის ქვეშ. 30-წლიანი შიდა ომებით დაღლილი საზოგადოება ე.წ. მშვიდობის ხარჯზე თანახმაა შეელიოს ქვეყნის დამოუკიდებლობის და დემოკრატიული განვითარების იდეას, რომელმაც, პროპაგანდისტების აზრით,

ვერ შეცვალა რიგითი ადამიანის ცხოვრების ხარისხი. ამ ფონზე ქართული მედიის და კულტურის წარმომადგენლების გარკვეული ნაწილი თანამედროვე ქართულ საზოგადოებაში სულ უფრო ამყარებს მოსაზრებას, რომ ერთმორწმუნე ოკუპანტი სახელმწიფო, ქვეყნის ევროატლანტიკურ მისწრაფებაზე უარის თქმის სანაცვლოდ, გვთავაზობს მშვიდობას, სტაბილურობას და შესაძლოა დაკარგული ტერიტორიების დაბრუნებასაც კი.

ასეთია სქემა, რომლის მიხედვითაც რბილი ძალა აწარმოებს მედიაომს საქართველოში. საინტერესოა ის მედია მექანიზმი, რომლითაც უცხო ქვეყნის ხელისუფლება და მისი სპეცსამსახურები ამუშავებენ ბემოხსენებულ რბილ ძალას. მასობრივი ინფორმაციის ტრადიციული საშუალებები იყენებენ ორ მიმართულებას: ღია პროპაგანდა, რაც გულისხმობს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მოუების სადისკუსიო სივრცეში კულტურის წარმომადგენლების მონაწილეობას და დახურული, როდესაც რბილი ძალის პლატფომის სამაუწყებლო მედიები სამაუწყებლო ბადეს უთმობენ იმ არტისტების მხატვრულ პროდუქციას, რომლებიც ემხრობიან ჰიბრიდული ომის კულტურის პოლიტიკას. პროპაგანდისტული მედია ცდილობს საზოგადოება შეაჩვიოს მხოლოდ მისთვის სასურველ არტისტებს. ისინიც იპყრობენ სხვადასხვა სატელევიზიო მოუებს.

მსჯელობენ სამშობლოზე, თავისუფლებაზე, ეროვნული და რელიგიური სიწმიდეების დაცვაზე, ომსა და მშვიდობაზე, ძლიერი და სუსტი ერების თანაარსებობაზე. ისინი ცეკვავენ, მღერიან, იხვეჭენ და ინარჩუნებენ პოპულარობას, მოსახლეობის პატივიცემას, სიყვარულს, რის შემდეგაც მათ ირჩევენ უმაღლეს საკანონმდებლო ორგანოში. იკავებენ საპარლამენტო სავარძლებს, ზოგჯერ ტრიბუნებსაც და ხდებიან ქვეყნის საგარეო თუ საშინაო პოლიტიკის განმსაზღვრელები.

ეს ის რეალობაა, რაშიც ცხოვრობს თანამედროვე სამყაროს დიდი ნაწილი, მათ შორის საქართველოც. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ჰიბრიდულ ომებს მხოლოდ ტოტალიტარული ან ავტორიტარული მმართველობის ქვეყნები არ აწარმოებენ. მათ შორის ვხვდებით დემოკრატიული იდეალების და მისწრაფებების ერთგულ ქვეყნებსაც, რომლებსაც ხშირად გაცილებით დახვეწილი, შეფარული და მოქნილი მექანიზმები გააჩნიათ და ბევრად მეტ ფულს ხარჯავენ ჰიბრიდული ომების წარმოებისთვის.

ე.წ. მესამე ქვეყნები კი, უკეთეს შემთხვევაში, დგებიან არჩევნის წინაშე ცუდსა და უარესს შორის. ეს არჩევანიც თითქმის არასდროს არის დამოუკიდებელი. რბილი თუ ძლიერი ძალის გამოყენებით, მათ ნაცვლად, როგორც წესი, სხვა წყვეტს მათ მომავალს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Baykurt Burcu and Viktorua de Grazia, *Soft-Power Internationalism: Competing for Cultural Influence in the 21st-Century Global Order*, Published by: Columbia University Press, 2021, <https://www.jstor.org/stable/10.7312/bayk19544>
- Christopher S.Chivvis, *Understanding Russian “Hybrid Warfare” and What Canbe Done About It*, 2017, https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/CT400/CT468/RAND_CT468.pdf
- Wither James K., *Making Sense of Hybrid Warfare*, *Journal “Connections”*, Vol. 15, No. 2 (Spring 2016), pp. 73-87 (15 pages), <https://www.jstor.org/stable/26326441?seq=1>
- Yücel ÖZEL Ertan İnalitekin (editor), *Shifting Paradigm of War: Hybrid Warfare*, National Defense University, İstanbul-2017, <https://msu.edu.tr/eng/Documents/Hybrid%20Warfare.pdf>

CULTURE ON THE MEDIA PLATFORM OF HYBRID WARFARE

George Chartolani

Keywords: Hybrid war, soft power, information war, ideological propaganda, culture, art, media, Russia, Georgia

The paper discusses how culture and media are actively involved in hybrid wars in the modern post-Soviet space. The Russian Federation, whose goal is to restore the Soviet empire, started this war in Georgia long before it moved to open hostilities to realize this idea. Ideological propaganda is an important component of hybrid warfare. Russian propaganda creates an image of the enemy of Western liberal society, which fights against traditional national and religious values. All the media platforms that make up the hybrid war have given a lot of space to the propagandists of culture and art. They limited the space to those artists who oppose the existing Russian propaganda and support the western orientation of the country.

The vulnerable, poor population of the country has not been able to form a civil society for years. He easily falls under the influence of viral, pseudo-patriotic and pseudo-religious ideas spread by the propaganda means of mass communication.

The society, tired of 30 years of internal wars, agrees to give up the country's independence and the idea of democratic development at the expense of peace. Against this background, a certain part of Georgian media and cultural representatives instills the opinion in the modern Georgian society that the occupying state offers us peace, stability and maybe even the return of lost territories in exchange for renouncing the country's Euro-Atlantic aspirations.

When we mention the word war, we firstly imply a visible military confrontation, where military equipment and manpower are actively used. Such war is already a result of many years of work that precedes the initiation of hostilities. Particular importance in this preparation is attached to the aspect of war that does not involve fire, the death of people. The collective term for such "bloodless" war is hybrid warfare. It serves for ideological, political, social and psychological preparation of the population of both countries: the military aggression object country and the war planner country itself.

Hybrid warfare consists of many components, but this time we will focus on its two important integral parts: soft power and information warfare, as they actively use culture and art.

The term "information war", of course, draws attention to the word war, which in any case refers to actions that are harmful to society. Any war is based on a simple formula: whoever is stronger wins the war. Information warfare begins before the use of military force and con-

tinues even after it. Its purpose is to prepare the surrounding world, the people of its own and the country to be conquered, and to convince them of the necessity and justice of waging war. I believe information war is one of the most important supporters of so-called soft power, as it is mainly facilitated by mass media and communication, being the most effective arena for conducting multicomponent soft power work.

Soft power is particularly effective in countries where domestic political power processes are taking place amid active controversies. With a divided society, the country's economic potential and standards of living are extremely low, while a country with a strong economy, or a military power that aims to expand its sphere of influence, and sometimes even its borders, will resort to the effect of soft power. In order to achieve the set goal, a country often uses so-called ideological propaganda carried out with the help of influencers in the fields of media, culture, arts, science or sports, who value material or financial wellbeing and important offices in the hierarchy of power. These so-called public figures, thanks

to their popularity and authority, can have a convincing conversation with the public, assuring them of the truth of this or that idea most skillfully manipulated by soft power. Universal human patriotic, religious, national ideas become the main weapon in the hands of propagandists to form desired public opinion and attitudes.

The term soft power is interesting in many ways. At first glance, this combination of words seems paradoxical. How can power be soft? The fact of the matter is that this erratic combination of words most accurately reflects the structure that enables the aggressor country to annex the target country in stages and over a long period of time without open military operations.

What is the “softness” and “strength” of the soft power of hybrid warfare? The word soft refers to a seemingly soft, even more caring attitude towards the population, society, when specific people, or community groups, as I mentioned above, mobilize as many people as possible around this or that idea. Different forms are used to achieve this goal: public speeches, discussions, door-to-door visits, etc. At this time, so-called masterminds, authorities give the idea to the population and suggest to unite around this idea. They determine priorities of civil activities, the course of political orientation; offer only one, non-alternative way to make a choice; talk about the risks that can damage national, traditional and religious values. Most importantly, these authoritative masterminds convince the public of their selflessness. They convince people that they are driven solely by caring for people and the country, national interests and patriotic spirit.

Such forms of communication with the public affect the attitudes of the population, especially when a celebrity (especially in the field of art) automatically generates unconditional trust in a large part of society. It is the part of society that prefers others to make decisions for them, to entrust their own future to others, and to load them with the burden of responsibility for possible unsuccessful consequences. The more famous and popular such persons are, the more they engage in activities that deserves the love of the people, the more convincing their every opinion is. Such persons do not find it difficult to convince people that if they trust them, they will surely have a secure and carefree life, that with a minimum work and sometimes even without sweating, they will receive a permanent and high enough income (this

is very important because a large part of society prefers effortless free money). Earthly paradise will be created by other people, furthermore by powerful countries. Such seemingly mild forms of influence on society are the power used by a foreign country and its special services to achieve set goals and bring to power the desired government without open military intervention.

There is another considerable arena for the use of soft power, spheres where people have become “soft power” workers. Art space is gaining special importance in this regard.

Creating an artistic product needed financial support in all eras, but it is not enough to succeed. The financial side is the determinant not only for creating any kind of artistic product, but also for its distribution, delivery to the audience and promotion.

It was the commercialization of culture that facilitated its use as soft power in hybrid warfare, especially in the so-called third countries, where culture and art space in general needs subsidies to survive. Subsidies from these types of countries are minimal, and sponsorship and advertising revenues from private businesses are often not enough to sustain the industry. There is also insufficient marketing making it virtually impossible to profit from art products. Consequently, the only source of income for the representatives of the culture and of financial sustainability of the art space is, unfortunately, forced or voluntary involvement in hybrid war conducted by a foreign country and its transformation as a soft power.

He who pays the piper, they say. Economically and financially strong countries that conduct hybrid wars spend large sums of money on mass/popular culture and their representatives. They sponsor art spaces, creative groups or individual artists. They invest advertising and marketing activities, ensure promotion inside the country and abroad. Consequently, national culture gradually comes under the full financial and material influence of another country, and its representatives are obligated to carry out the order of the payer. Therefore, a large part of the products of culture (mostly mass culture) is mostly of propagandistic in nature, aiming to strengthen the ideological background in order to guide the political and cultural vector of the population from the desired angle.

Media is the most powerful means to transfer culture into a propaganda tool actively engaged in the information warfare front. It is the media space used by the

aggressor country for the hybrid war, landing necessary cultural products on this important platform and giving the arena to the propagandist representatives of the art space. These platforms do not only include traditional media, but also continuously spread their ideology on new media platforms, social networks. These platforms have much larger and more diverse audiences today. Accordingly, suitable cultural products, both academic and pop culture, and alternative art pieces are created and replicated for all social strata.

The conductor of hybrid war in the modern post-Soviet space is the Russian Federation, whose supreme authority, President Vladimir Putin, believes that the greatest geopolitical crime of the 20th century was the collapse of the Soviet Union, and his mission as the president of the Russian Federation is to restore it and return to it the function of the superpower (*Derzhava*). He started to realize this idea long before large-scale military activities (the wars in Georgia, the annexation of Transnistria and Crimea, and finally the large-scale war in Ukraine) through hybrid wars encompassing almost every sphere of public and political life, including culture and media, as one of the most powerful means of propaganda.

The effectiveness of any war, including hybrid warfare, depends on the image of the foe, the Western democratic and liberal world in this case. This is not surprising either, as the greatest threat to autocratic and totalitarian rule is the democratic world where the core value is the idea of human freedom, which includes freedom of speech and expression.

After the collapse of the Soviet Union, the European part of the post-Soviet republics wanted to join the Western civilized world and affiliate with military-political alliances and unions that would restore their shattered economy and provide a course of democratic development for their countries. The West promised to support emerging democracies and adopt them into their own space. However, this promise remained only a promise and no effective steps were taken to fulfill it for 30 years. This created a kind of nihilism in the society; thus, Russia's political tactics took advantage of it and quite easily launched a large-scale hybrid war, the purpose of which was to prepare the society to return to the USSR. To this end, soft power was set in motion relying on old or new popular figures of post-Soviet countries' culture and media. They had to foster nihilism and mistrust in

major social strata toward the 30-year-long promises of Western countries. Moreover, they had to reinforce the notion that liberalism kills traditional, national, and religious values.

So-called national ideological policy of culture has become the main tool of propagandistic culture, explaining why all media platforms involved in hybrid wars were available to those representatives of culture and art who would convince the public of the benefits of this course. Obviously, this space was completely restricted to those artists and their creative activities who opposed the existing Russian propaganda narrative and supported the idea of Western orientation.

Vladimir Putin's 20-year rule provides special encouragement to the soft power involved in hybrid war in post-Soviet European countries, with substantial results in Georgia especially, where the protection of national values and religious identity from Western liberal societies has become the main ideology of the country's policy.

Fragile, easily vulnerable, mostly poor segments of the country's population, with no society with a high political culture developing over the years, readily accepts viral, propagandistic, pseudo-patriotic ideologies implied in the works of famous, popular and authoritative artists and looks for a strong patron who will protect them from existing dangers. Meanwhile, soft but essentially propagandistic cultural power offers them a savior, a coreligionist, loyal nation, a strong Russia preventing war, destruction, establishing peace, ensure material and financial stability, helping restore territorial integrity, assure that being in one space with Russia will restore the trust of Abkhazians and Ossetians toward Georgians.

There is the scheme according to which soft power is conducting a media war in post-Soviet countries, including Georgia, notably, the media mechanism used by the foreign government and its special forces to activate soft power. Traditional means of mass information use two approaches: open propaganda, which infers the active participation of cultural figures in the discussion space of socio-political shows, and closed one, when the soft power platform's mass media provides broadcast networks to the artistic productions of artists who do not oppose the cultural politics of hybrid war. Propaganda media intend to accustom the public to interact with artists the media desires. These artists are active on

various popular TV shows. They discuss life, love, charity, homeland, the idea of freedom, protection of national and religious values, the danger of war, and peace, the coexistence of strong, large, and weak, but wise ethnic minorities, foes and friends, allegiance, and betrayal. They dance, sing, obtain and maintain popularity, respect and love of the people, after which they are elected to the highest legislative body and occupy parliamentary seats, sometimes even tribunes, or become the determinants of the country's foreign and domestic policy. The latter is one of the ultimate goals of soft power action.

This is the reality in which a large part of the modern world lives today, including Georgia. However, the use

of culture and its representatives as the soft power of hybrid warfare is not unique to countries of totalitarian or authoritarian governance. This power is used by all countries that want to expand their spheres of influence. Among them are countries committed to democratic ideals and aspirations, which often have much more sophisticated, covert, and flexible mechanisms and spend much more money on hybrid wars.

The so-called third countries at best have to choose between bad and worse, and are very happy if they are allowed to make that choice independently and no one else will decide the future for them using soft or strong power.

REFERENCES:

- James K. Wither, Making Sense of Hybrid Warfare, Journal "Connections", Vol. 15, No. 2 (Spring 2016), pp. 73-87 (15 pages), <https://www.jstor.org/stable/26326441?seq=1>
- Burcu Baykurt and Viktorua de Grazia, Soft-Power Internationalism: Competing for Cultural Influence in the 21st-Century Global Order, Published by: Columbia University Press, 2021, <https://www.jstor.org/stable/10.7312/bayk19544>
- Shifting Paradigm of War: Hybrid Warfare, Editors Yücel ÖZEL Ertan İnalitekin, National Defense University, İstanbul-2017, <https://msu.edu.tr/eng/Documents/Hybrid%20Warfare.pdf>
- Christopher S.Chivvis, Understanding Russian "HybridWarfare" and What Can be Done About It, 2017, https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/CT400/CT468/RAND_CT468.pdf