

ეკონომიკური ინჟინერინგი ფილოსოფიაში, პოლიტიკაში, საერთაშორისო ურთიერთობებში და პოლიტოლოგიაში

დემოკრატიის გამოწვევები საინფორმაციო ეპოქაში: დეზინფორმაციის გავლენა აშშ-ისა და საქართველოს არჩევნებზე

იაშა (კოკა) კუტუბიძე
სტუ-ს პროფესორი

მარინა გორდელაძე
სტუ-ს დოქტორანტი

რეზიუმე

ციფრული კომუნიკაციის ეპოქაში დემოკრატიული პროცესები მნიშვნელოვან ცვლილებებს განიცდის. ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევა კი, დეზინფორმაციის ფართომასშტაბიანი გავრცელებაა, რაც საფრთხეს უქმნის დემოკრატიულ ინსტიტუტებს, საარჩევნო პროცესებსა და საზოგადოებრივ ნდობას.

სტატია აანალიზებს დეზინფორმაციის გავლენას აშშ-ისა და საქართველოს საარჩევნო პროცესებზე, როგორ მოქმედებს დეზინფორმაცია ორივე ქვეყნის საარჩევნო პროცესზე, მიმოიხილავს მის ძირითად სტრატეგიებსა და ტაქტიკებს, ასევე საზოგადოებრივ და ინსტიტუციურ მდგრადობაზე ზემოქმედების მექანიზმებს. განხილულია, როგორ იყენებენ დეზინფორმაციას გარე და შიდა პოლიტიკური აქტორები საზოგადოებრივი პოლარიზაციისა და პოლიტიკური მანიპულაციისთვის. ასევე, რა ზომები გატარდა ამ გამოწვევების დასაძლევად აშშ-სა და საქართველოში. გაანალიზებულია წარმატებული და წარუმატებელი შემთხვევები, რაც ასახავს დეზინფორმაციის სანინალმდგომო მექანიზმების ეფექტიანობას.

დემოკრატიული მდგრადობისთვის აუცილებელია ინსტიტუციური და საზოგადოებრივი ძალების მჭიდრო გაძლიერება. დეზინფორმაციასთან ბრძოლა კომპლექსურ მიდგომას და კოორდინირებულ ქმედებებს მოითხოვს. შედარებითი ანალიზი წარმოაჩენს ორივე ქვეყნის გამოცდილების ძირითად მსგავსებებსა და განსხვავებებს.

საკვანძო სიტყვები: დეზინფორმაცია, დემოკრატია, არჩევნები, საინფორმაციო ტექნოლოგიები.

CHALLENGES TO DEMOCRACY IN THE INFORMATION AGE: THE IMPACT OF DISINFORMATION ON THE US AND GEORGIAN ELECTIONS

Iasha (Koka) Kutubidze
Professor of GTU
Marina Gordeladze
Phd student of GTU

ABSTRACT

In the era of digital communication, democratic processes are undergoing significant transformations, with one of the primary challenges being the large-scale spread of disinformation, which threatens democratic institutions, electoral processes, and public trust.

This article analyzes the impact of disinformation on the electoral processes of the United States and Georgia, examining how disinformation influences elections in both countries. It explores key strategies and tactics used in disinformation campaigns, as well as the mechanisms through which they affect public and institutional resilience. The study discusses how both external and internal political actors employ disinformation to fuel societal polarization and political manipulation. Additionally, it reviews the measures taken in the U.S. and Georgia to counter these challenges, assessing both successful and unsuccessful cases that illustrate the effectiveness of anti-disinformation mechanisms.

Ensuring democratic resilience requires strengthening institutional and societal efforts. Combating disinformation demands a comprehensive approach and coordinated actions. A comparative analysis highlights the key similarities and differences in the experiences of both countries.

Keywords: Disinformation, democracy, elections, information technologies.

**დემოკრატიული პროცესები
მნიშვნელოვან ტრანსფორმაციას განიცდის
ციფრული კომუნიკაციის ეპოქაში**

ამ პროცესში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი გამოწვევა დეზინფორმაციის მასშტაბური გავრცელებაა. დეზინფორმაცია წარმოადგენს განზრახ გავრცელებულ ყალბ ინფორმაციას, რომლის მიზანი საზოგადოების შეცდომაში შეყვანაა. დეზინფორმაცია თანამედროვე საერთაშორისო გარემოში ერთ-ერთ უმთავრეს სტრატეგიულ საფრთხედ ჩამოყალიბდა, რომელიც პირდაპირ ზემოქმედებს სახელმწიფოების უსაფრთხოებაზე, საზოგადოებრივ სტაბილურობასა და დემოკრატიული ინსტიტუტების გამართულ ფუნქციონირებაზე. მისი გავლენა განსაკუთრებით სახიფათოა საარჩევნო პროცესებზე, სადაც საზოგადოების ინფორმირებული არჩევანი არსებითი მნიშვნელობისაა და სადაც პოლიტიკურად მოტივირებული დეზინფორმაციული კამპანიები საზოგადოების პოლარიზაციას უწყობს ხელს.

დეზინფორმაციის გავრცელების ერთ-ერთ ძირითად არხად სოციალური მედიის პლატფორმები იქცა.

თანამედროვე ციფრულ რეალობაში სწორედ ეს პლატფორმები უზრუნველყოფენ ინფორმაციის სწრაფ და მასობრივ მიმოცვლას, რაც ხელს უწყობს როგორც რეალური, ასევე მანიპულატიური შინაარსის უკონტროლო გავრცელებას. ონლაინ ალგორითმები და “ბოტ-ქსელები” კმნიან ინფორმაციული მანიპულაციის ახალ შესაძლებლობებს, რაც ციფრულ გარემოს საინფორმაციო ბრძოლის ველად აქცევს. ეს მექანიზმები, რომლებიც ხშირად მოქმედებენ შეუმჩნეველად და მაღალი ტექნოლოგიური დახვეწილობით, ხელს უწყობს საზოგადოებრივი აზრის მიზანმიმართულად და ხელოვნურად ფორმირებას. მიუხედავად იმისა, რომ დეზინფორმაცია ისტორიულად პოლიტიკურ და სოციალურ ზემოქმედების ინსტრუმენტად გამოიყენებოდა, ციფრული კომუნიკაციის ეპოქაში მისი მასშტაბი და სისწრაფე უპრეცედენტოა. ინფორმაცია იქცა მომაკვდინებელი ძალის მქონდე ვაზნად, რომელსაც მხოლოდ შესაბამისი იარაღში მოთავსება და კარგი დამიზნება სჭირდება. ასეთ პირობებში, საინფორმაციო უსაფრთხოება აღარ არის მხოლოდ ტექნოლოგიური პრობლემა, არამედ დემოკრატიული სტაბილურობის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი გამოწვევა.

აშშ და საქართველო, როგორც დემოკრატიული სახელმწიფოები, განსხვავებული პოლიტიკური გამოცდილებით, დეზინფორმაციული კამპანიების სამიზნე გახდნენ. ორივე ქვეყანაში გავრცელებული დეზინფორმაციის ფორმები, სტრატეგიები და მისი გავლენა საარჩევნო პროცესებზე ცალკეულ შემთხვევებში განსხვავებულია, თუმცა ორივე შემთხვევაში დეზინფორმაცია წარმოადგენს სე-

რიოზულ გამოწვევას დემოკრატიული მდგრადობისთვის.

სოციალური ქსელები, როგორიცაა Facebook, Twitter/X, Instagram და TicToc, უზრუნველყოფენ ინფორმაციის სწრაფ და გლობალურ გავრცელებას. რამდენიმე წამში შესაძლებელია ინფორმაციის გავრცელება მილიონობით ადამიანისთვის. გარდა ამისა, ამ პლატფორმების ალგორითმები ისეა დამუშავებული, რომ ყოველი ინფორმაციის ნახვის ზრდასთან ერთად იზრდება ემოციური რეაქციებიც, რაც უფრო პოპულარულს ხდის ინფორმაციას. ეს პროცესი კი, საგრძნობლად ზრდის ყალბი და მანიპულაციური ინფორმაციების გავრცელების რისკებს.

სამეცნიერო ჟურნალ „Science“-ში გამოქვეყნებული კვლევა სახელწოდებით - “The spread of true and false news online” აჩვენებს, რომ სოციალურ მედიაში ნამდვილი და ყალბი ინფორმაციის გავრცელების სიჩქარე და მასშტაბები მნიშვნელოვნად განსხვავდება. კვლევამ დაადასტურა, რომ ყალბი ინფორმაცია ბევრად უფრო სწრაფად და მასშტაბურად ვრცელდება, ვიდრე ნამდვილი/ობიექტური ინფორმაცია, რაც აჩვენებს სოციალურ მედიაში დეზინფორმაციის გავრცელების მასშტაბებს და გავლენას. შედეგად, სოციალური მედიის გავლენა განსაკუთრებით აშკარა ხდება მაშინ, როდესაც ყალბი ინფორმაცია სწრაფად ვრცელდება, რაც მყისიერად იწვევს ფართო განხილვებს და საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზაციას. (Vosoughi, Roy & Aral, 2018)

2016 წლის აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნები ერთ-ერთ კლასიკურ მაგალითს წარმოადგენს, თუ როგორ გამოიყენება დეზინფორმაცია პოლიტიკური მიზნებისათვის. დეზინფორმაციულმა კამპანიებმა, რომლებიც გავრცელდა როგორც შიდა, ისე უცხო ქვეყნების ჩარევით, ნათლად აჩვენა დეზინფორმაციის პოლიტიკური და სოციალური ზემოქმედების მასშტაბები. შედეგად, პოლარიზაციის ზრდამ და მედიასთან მიმართებაში საზოგადოების ნდობის შემცირებამ კიდევ ერთხელ დაადასტურა, რომ დეზინფორმაცია წარმოადგენს არა მხოლოდ ინფორმაციის მანიპულაციის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს, არამედ მნიშვნელოვან საფრთხეს დემოკრატიული პროცესებისა და საზოგადოების ერთიანობისთვის.

2016 წლის აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნებში დაფიქსირდა უცხო ქვეყნის ჩარევის რამდენიმე მცდელობა. წარმოებული საინფორმაციო ოპერაციები, რომელთა მიზანი ამერიკელი ამომრჩევლების პოლარიზაცია და საზოგადოებაში დემოკრატიული ინსტიტუტების მიმართ ნდობის შერყევა გახლდათ, სხვადასხვაგვარი იყო. მათ შორის, დეზინფორმაციის გავრცელება, სოციალურ ქსელებში მანიპულაციური კამპანიების ორგანიზება და კიბერშეტევები.

აშშ-ის სენატის დაზვერვის სპეციალური კომიტეტის 2018 წლის ანგარიშში "Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election" აღწერილია უცხო ქვეყნის ჩარევის სხვადასხვა სტრატეგია, რომელიც მოიცავდა კიბერთავდასხმებს და დეზინფორმაციის კამპანიებს. ანგარიშის თანახმად, რუსეთის მიერ კონტროლირებადი სააგენტო - "Internet Research Agency" (IRA) აწარმოებდა მასშტაბურ საინფორმაციო ოპერაციას, რომელიც მიზნად ისახავდა აშშ-ის საზოგადოებრივი აზრის პოლარიზებას და საარჩევნო პროცესზე გავლენის მოხდენას. **კერძოდ**, IRA-მ შექმნა ათასობით ყალბი ანგარიში Facebook-ზე, Twitter-ზე, Instagram-სა და YouTube-ზე. მიზანმიმართლად ავრცელებდნენ დეზინფორმაციას, ემოციურად დატვირთულ პოლიტიკურ მესიჯებს და ქმნიდნენ ჯგუფებს, რომლებიც ამწვავებდნენ დაპირისპირებას დემოკრატებსა და რესპუბლიკელებს შორის. ანგარიშში არნიშნულია, რომ Facebook-ის გვერდები "Blacktivist" და „Heart of Texas“-ის მთავარი მიზანი ეთნიკური დაპირისპირებისა და პოლიტიკური პოლარიზაციის გაღრმავება იყო. (U.S. Senate Select Committee on Intelligence, 2018)

2016 წლის ამერიკის საპრეზიდენტო არჩევნებში უცხო ქვეყნის მთავრობის ჩარევის და მათი მხარდაჭერილი დეზინფორმაციული კამპანიის კიდევ ერთი შემთხვევა ჩრდილოეთ მაკედონიის ქალაქ ველესის შემთხვევა გახლდათ, რომელიც გლობალური "ფეიკ ნიუსის" სკანდალის ეპიცენტრად იქცა. **კერძოდ**, 2016 წლის ზაფხულიდან ჩრდილოეთ მაკედონიის ქალაქ ველესიდან მართული 140-ზე მეტი ვებგვერდი აქტიურად ავრცელებდა დეზინფორმაციას, რომელიც ამერიკულმა მედიაპლატფორმამ BuzzFeed News-მა, კრეიგ სილვერმანის ხელმძღვანელობით გამოავლინა. კრეიგ სილვერმანის და მისი კოლეგების გამოძიებით, აღმოჩნდა, რომ ეს ვებსაიტები, რომლებიც Facebook-ის ალგორითმების მეშვეობით განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობდნენ, ძირითადად სენსაციურ და ყალბ ინფორმაციებს ეყრდნობოდა, რომელთა გავრცელებას მაკედონელი ახალგაზრდები უზრუნველყოფდნენ. ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული დეზინფორმაციული ნარატივი კი, მოიცავდა გავლენიანი პირების ჩართულობას აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნებში. მაგალითად, ვრცელდებოდა ცრუ ინფორმაცია, თითქოს „პაპმა ფრანცისკემ ტრამპის მხარდაჭერით მსოფლიო შოკში ჩააგდო“, ან რომ „დაზვერვის აგენტმა, რომელიც ჰილარი კლინტონის ელექტრონული მიმონერის გაჟონვაში იყო ეჭვმიტანილი, თავი მოიკლა“.

BuzzFeed News-ის კვლევით, როგორც შემდგომი ფაქტების გადამოწმებამ აჩვენა, ყველა ეს ინფორმაცია ყალბი იყო და არ ეფუძნებოდა რეალურ ფაქტებს. (BuzzFeed News, 2016; Cvetkovska et al., 2018).

ექსპერტების შეფასებით, ასევე სხვადასხვა კვლევებით, ამ პერიოდში გავრცელებულმა ყალბმა ინფორმაციებმა, 2016 წელს შეერთებულ შტატებში, არჩევნების წინ გარკვეულწილად გავლენა მოახდინა საზოგადოებრივ აზრზე და არჩევნების შედეგებზეც. (Allcott & Gentzkow (2017).

2016 წლის აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნების პერიოდში სოციალურ ქსელებში ასევე, ვრცელდებოდა სხვადასხვა სახის დეზინფორმაცია, რომელიც მიზნად ისახავდა საზოგადოებრივი აზრის მანიპულაციასა და პოლიტიკური დაძაბულობის ესკალაციას. ერთ-ერთ ასეთ შემთხვევას სოციალურ ქსელებში „პიცაგეიტის“ (Pizzagate) სკანდალიც უწოდეს. **კერძოდ**, გავრცელებული დეზინფორმაციული ნარატივი ეფუძნებოდა უსაფუძვლო ბრალდებებს, რომლის მიხედვითაც, დემოკრატიული პარტიის საპრეზიდენტო კანდიდატს, ჰილარი კლინტონს, და მისი საარჩევნო შტაბის უფროსს, ჯონ პოდესტას, თითქოს კავშირი ჰქონდათ ბავშვთა სექსუალურ ექსპლუატაციაში ჩართულ ორგანიზაციასთან. ამ ბრალდებებს ასევე უკავშირდნენ ვაშინგტონში მდებარე საოჯახო პიცერიის, **Comet Ping Pong**-ის მფლობელს, ჯეიმს ალფანტისს. „პიცაგეიტის“ თემა იმდენად პოპულარული გახდა, რომ მას სოციალური ქსელებისა და სხვადასხვა საინფორმაციო წყაროების მეშვეობით განსაკუთრებული რეზონანსი მოჰყვა. დეზინფორმაციით გამოწვეულმა დაძაბულობამ პიკს მაშინ მიაღწია, როდესაც ჩრდილოეთ კაროლინის მცხოვრები, ედგარ უელში, შეიარაღებული შეიჭრა **Comet Ping Pong**-ის პიცერიაში, რათა, მისი მტკიცებით, „სიმართლე გაერკვია“. პოლიციამ ინციდენტის შემდეგ უელში დააკავა, ხოლო სასამართლომ მას ოთხნობიანი თავისუფლების აღკვეთა მიუსაჯა (Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). ამ შემთხვევით დეზინფორმაციის კამპანიამ არა მხოლოდ პოლიტიკური გავლენა მოახდინა საარჩევნო პროცესზე, არამედ **შექმნა რეალური ფიზიკური საფრთხე**, რაც სოციალურ ქსელებში ცრუ ინფორმაციის მასშტაბური გავრცელების შედეგია. შესაბამისად, ყალბი ინფორმაციის გავლენით **საზოგადოებაში უნდობლობა გაღრმავდა**, ხოლო პოლიტიკური პოლარიზაცია კიდევ უფრო გაიზარდა.

საარჩევნო კამპანიის შემდეგ, საპრეზიდენტო არჩევნებში დამარცხებულმა ჰილარი კლინტონმა საზოგადოებას საჯაროდ მოუწოდა დემოკრატიული პრინციპების დაცვისკენ და ხაზი გაუსვა იმ საფრთხეს, რომელიც ყალბი ინფორმაციის ფართოდ გავრცელებას უკავშირდება. მისი თქმით, სოციალური ქსელები გადაიქცა „მაგნე ყალბი ამბების და სიცრუის პროპაგანდის წყაროდ“, რაც მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს დემოკრატიული პროცესებისთვის. ამასთან, მან დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლის აუცილებლობაზე გაამახვილა ყურადღება და მოუწოდა როგორც სახელ-

მნიშვნელოვან ინსტიტუტებს, ისე კერძო სექტორს, რომ ერთობლივად იმუშავონ ამ ფენომენის შესამცირებლად. (Allcott & Gentzkow (2017))

აშშ-ში დეზინფორმაციამ 2020 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებზეც მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა. ერთ-ერთი ყველაზე გამორჩეული მაგალითი იყო “Stop the Steal” კამპანია, რომელიც ემყარებოდა უსაფუძვლო ბრალდებებს არჩევნების გაყალბების შესახებ. აღნიშნული დეზინფორმაციული ნარატივი აქტიურად ვრცელდებოდა სოციალურ ქსელებში, განსაკუთრებით Twitter-სა და Facebook-ზე. კამპანიის ფარგლებში, ინტენსიურად ვრცელდებოდა კონსპირაციულ თეორიები, თითქოს არჩევნების შედეგები გაყალბდა და დონალდ ტრამპს გამარჯვება უკანონოდ წაართვეს. აღნიშნულმა დეზინფორმაციულმა ტალღამ საზოგადოებაში პოლიტიკური პოლარიზაცია კიდევ უფრო გააღრმავა და 2021 წლის 6 იანვარს კაპიტოლიუმის შტურმში გადაიზარდა. (DEC - Mariana Paez. 2020)

სტენფორდის უნივერსიტეტის ინტერნეტ ობსერვატორიის ანგარიშის თანახმად, 2020 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების პერიოდში დეზინფორმაციის გავრცელებამ მნიშვნელოვანი ზეგავლენა მოახდინა საზოგადოების ნდობაზე საარჩევნო პროცესის მიმართ. (Stanford Internet Observatory. 2021)

2020 წლის აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნების დროს, დეზინფორმაციული კამპანიები განსაკუთრებით ორი მიმართულებით გააქტიურდა: ფოსტით ხმის მიცემის საიმედოობასა და COVID-19-ის გავლენაზე საარჩევნო პროცესზე. ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული დეზინფორმაციული ნარატივი ფოსტით ხმის მიცემის სისტემას ეხებოდა, რომელიც, გავრცელებული ცრუ ინფორმაციით, მასობრივი გაყალბების რისკს ქმნიდა. გავრცელებულ ყალბი ინფორმაციების მიხედვით, ფოსტით გაგზავნილი ბიულეტენები შესაძლოა, „ფალსიფიცირებული“ ყოფილიყო და უკავშირდებოდა უცხო ქვეყნების - ჩინეთისა და აზიის სხვა სახელმწიფოების ჩარევის შესაძლებლობას. ამ ბრალდებებს ფაქტობრივი საფუძველი არ გააჩნდა, მიუხედავად ამისა, ამომრჩევლებში უნდობლობას იწვევდა და გარკვეულ გავლენას ახდენდა საარჩევნო პროცესის უსაფრთხოების აღქმაზე.

აშშ-ის არჩევნების უსაფრთხოებაზე პასუხისმგებელმა უწყებებმა, მათ შორის, კიბერუსაფრთხოებისა და ინფრასტრუქტურის უსაფრთხოების სააგენტომ (CISA), განმარტეს, რომ უცხოური ბიულეტენების გავრცელება ან მასობრივი გაყალბება არ მომხდარა. სააგენტოს გაცხადებით, 2020 წლის არჩევნები იყო „ყველაზე დაცული ამერიკის ისტორიაში“, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ გავრცელებული დეზინფორმაცია მხოლოდ საარჩევნო პროცესის დისკრედიტაციის ინსტრუმენტს წარმოადგენდა (Statement on the Security of the 2020

Election. CISA.gov.2020).

ამ კამპანიების მიზანი იყო დემოკრატიული ინსტიტუტების დისკრედიტაცია და საარჩევნო პროცესის ლეგიტიმაციის მიმართ ნდობის შემცირება. პანდემიის პირობებში, როცა სოციალური დისტანცირების გამო ფოსტის მეშვეობით ხმის მიცემის პრაქტიკა გაზრდილი იყო, დეზინფორმაციამ განსაკუთრებით გაამწვავა ნდობის კრიზისი, მათ შორის იმ ადამიანების მიმართ, ვინც უშუალოდ არჩევნების ორგანიზებაში მონაწილეობდა.

საქართველოში, ისევე როგორც ამერიკაში, როგორც ადგილობრივი, ისე გარე აქტორები საარჩევნო პროცესებში ჩარევას და სხვადასხვა დეზინფორმაციული კამპანიების გამოყენებით, პროცესების მანიპულაციას ცდილობდნენ. დეზინფორმაცია ვრცელდებოდა ყალბი ახალი ამბების, მიკერძოებული მასალების, დამონტაჟებული ვიდეოებისა და მცდარი სოციოლოგიური კვლევების მეშვეობით, რაც საარჩევნო გარემოზე გავლენის მოხდენასა და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას ემსახურებოდა.

საქართველოში 2018, 2020 და 2024 წლების საპრეზიდენტო და საპარლამენტო არჩევნების წინასაარჩევნო პერიოდებს თან სდევდა დეზინფორმაციული კამპანიების გააქტიურება, რაც განსაკუთრებულად თვალშისაცემი იყო მედიასა და ციფრულ სივრცეში - სოციალურ ქსელებსა და სხვადასხვა ონლაინპლატფორმებზე. ამ პროცესს ხშირად თან ახლდა მანიპულაციური ნარატივების მიზანმიმართული გავრცელება. მსგავსი კამპანიები ხელს უწყობდა არა მხოლოდ დემოკრატიული ინსტიტუტებისადმი ნდობის შემცირებას, არამედ მოქალაქეთა პოლიტიკურ პოლარიზაციასა და ინფორმაციულ დაბნეულობასაც, რაც მნიშვნელოვან გამოწვევად რჩება ქვეყნის დემოკრატიული განვითარების კონტექსტში.

საქართველოში დეზინფორმაციის გავრცელების მწვავე ეტაპი იყო 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები, როდესაც სხვადასხვა ჯგუფები სოციალურ ქსელებში აქტიურად ვრცელებდნენ ყალბ ინფორმაციებს საპრეზიდენტო კანდიდატების შესახებ. ერთ-ერთი გავრცელებული ინფორმაცია პრეზიდენტობის კანდიდატების უცხოეთიდან ფინანსურ მხარდაჭერას ეხებოდა, რაც არ დადასტურდა. ამასთან, სოციალურ მედიაში ანონიმური გვერდები მიზანმიმართულად ვრცელებდნენ “ნეგატიურ კამპანიებს” საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირებისა და პოლიტიკური ოპონენტების დისკრედიტაციის მიზნით.

2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების წინასაარჩევნო პერიოდში გავრცელდა ასევე, სხვადასხვა სახის დეზინფორმაცია. მაგალითად, ვრცელდებოდა ინფორმაციები, თითქოს საპრეზიდენტო კანდიდატები უცხო ქვეყნების ინტერესებს ემსახურე-

ბოდნენ, მათ შორის რუსეთის, თუმცა, აღნიშნული მტკიცებები სანდო წყაროებით არ დასტურდებოდა. არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებიც 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების პერიოდში სოციალური მედიის მონიტორინგს ახორციელებდნენ, ანგარიშებში აღნიშნავდნენ, რომ ინტენსიური სახე ჰქონდა სოციალური მედიით კანდიდატებისა და პოლიტიკური აქტორების დისკრედიტაციის მცდელობას ანონიმურ ფეისბუქგვერდებზე განთავსებული დაფინანსებული კონტენტის მეშვეობით. ყალბი გვერდების გააქტიურება, დაფინანსებული დეზინფორმაციის გავრცელება და ფარული მხარდამჭერი გვერდების შექმნა მიუთითებდა ორგანიზებულ მცდელობებზე, რომელიც მიზნად ისახავდა საზოგადოებრივი აზრის მანიპულაციას.

საერთაშორისო ორგანიზაციის Freedom House-ის ანგარიშში „Freedom on the Net 2019“ ასევე აღნიშნულია, რომ: 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების პერიოდში, ანონიმური აქტორები სოციალურ მედიაში ხშირად ავრცელებდნენ დეზინფორმაციას, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენდა საზოგადოებრივ აზრზე და საარჩევნო პროცესის მიმდინარეობაზე. ანგარიშის მიხედვით, დეზინფორმაციული კამპანიების მიზანს პოლიტიკური განწყობების მანიპულაცია და საზოგადოებაში უნდობლობის გაღვივება წარმოადგენდა (Freedom HOUSE.2019).

დეზინფორმაციის გავრცელების საკითხი განსაკუთრებით აქტუალური გახდა 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში. სხვადასხვა მედიაპლატფორმებზე და სოციალურ ქსელებში გავრცელებული ყალბი ინფორმაცია ხშირად მიმართული იყო საპარლამენტო არჩევნებში მონაწილე პოლიტიკური პარტიებისა და მათი წარმომადგენლების მიმართ. ეს, თავის მხრივ, გარკვეულწილად ხელს უწყობდა კანდიდატების დისკრედიტაციას და საზოგადოებაში უნდობლობის გაჩენას. 2020 წლის წინასაარჩევნო პერიოდში არასამთავრობო ორგანიზაციებმა 69 ანონიმური Facebook გვერდი გამოავლინეს, რომლებიც როგორც მმართველ პარტიაზე, ასევე, ოპოზიციურ პარტიებზე და მათ კანდიდატებზე ყალბ ან დისკრედიტაციულ ნარატივებს ავრცელებდნენ. ასევე, ევროკავშირის წარმომადგენლობამ საქართველოში და „გაეროს განვითარების პროგრამამ“ (UNDP) 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების მედიამონიტორინგის ანგარიშები გამოაქვეყნეს, სადაც აღნიშნულია, რომ მომხმარებელთა მიერ სოციალურ ქსელ Facebook-ზე საკმაოდ დიდი სიხშირით ზიარდებოდა ისეთი მედიაპროდუქტები, რომლებიც პირდაპირ თუ ირიბად შეეხებოდა პოლიტიკურ საკითხებს. ამასთან, ღია ჯგუფებში შეინიშნებოდა პრობლემური ვებგვერდების მიერ მომზადებული მასალების გაზიარების შემთხვევებიც („გაეროს განვითარების პროგრამა“ (UNDP) 2020 წელი.

საქართველოში 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში ასევე ინტენსიურად გავრცელდა ყალბი ახალი ამბები, გაყალბებული კვლევები და „დიფფიკ ვიდეოები“. სხვადასხვა ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციები, რომლებიც აქტიურად აკვირდებოდნენ როგორც წინასაარჩევნო, ისე არჩევნების შემდგომ პერიოდს, ანგარიშებში ხაზგასმით აღნიშნავდნენ, რომ დეზინფორმაციის, ყალბი ახალი ამბების, გაყალბებული კვლევებისა და „დიფფიკ ვიდეოების“ გავრცელებამ 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში გარკვეული გავლენა მოახდინა საზოგადოებრივ აზრზე.

2024 წლის საპარლამენტო არჩევნების წინასაარჩევნო პერიოდში დეზინფორმაცია აქტიურად ვრცელდებოდა სოციალური ქსელების საშუალებით. კერძოდ, წინასაარჩევნო პერიოდში სოციალურ ქსელ „ფეისბუქში“ მოქმედებდა რამდენიმე ანონიმური გვერდი, რომელიც მიზანმიმართულად ავრცელებდა დეზინფორმაციას როგორც მმართველი პარტიის, ასევე, ოპოზიციური პოლიტიკური პარტიების ლიდერების წინააღმდეგ. არასამთავრობო ორგანიზაციების კვლევის მიხედვით, სოციალურ ქსელ „ფეისბუქში“ 2024 წლის წინასაარჩევნო პერიოდში (მაისი-აგვისტო), გამოჩნდა ახლად შექმნილი რამდენიმე გვერდი, რომლებიც სხვადასხვა ტიპის ვიზუალური მანიპულაციების საშუალებით პოლიტიკური პარტიების წინააღმდეგ მადისკრედიტებელი შინაარსის „პოსტებს“ და დარედაქტირებულ ვიდეო მასალებს ავრცელებდნენ, რაც, სოციალურ ქსელ „ფეისბუქზე“ ოფიციალურად მცდარ ინფორმაციად არის მონიშნული. 2024 წლის საპარლამენტო არჩევნების დროს რამდენჯერმე გავრცელდა „დიფფიკ“ ვიდეოები. მაგალითად, ერთ-ერთ ვიდეოში გამოყენებული იყო პოლიტიკოსების ისეთი ციტატები, რომლებიც კონტექსტიდან იყო ამოღებული და არ შეესაბამებოდა სიმართლეს.

დეზინფორმაციის გავრცელება საფრთხეს უქმნის არა მხოლოდ სახელმწიფო ინსტიტუტებისადმი ნდობას, არამედ ქვეყნის უსაფრთხოებას. ამ ფონზე, საქართველოსთვის მნიშვნელოვანია ჰქონდეს სისტემური და კოორდინირებული მიდგომა დეზინფორმაციასთან ბრძოლაში. აღსანიშნავია, რომ 2023 წლის დეკემბერში, საქართველოს მთავრობამ დაამტკიცა „კომუნიკაციის სტრატეგია“, რომელიც ითვალისწინებს უწყებთაშორისი საკოორდინაციო ჯგუფის შექმნას დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ეფექტიანი ბრძოლის მიზნით. „საკომუნიკაციო სტრატეგიაში“ აღნიშნულია, რომ „საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაციის სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტის საქმიანობის ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებას წარმოადგენს დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლა. დოკუმენტში აღნიშნულია, რომ საქართველოში

დეზინფორმაციული კამპანიების მთავარი მიზანია საზოგადოებრივი მდგრადობის რღვევა, საქართველოს სახელმწიფო უწყებებისა თუ ევროპული და ევროატლანტიკური ინტეგრაციის დისკრედიტაცია. მთავრობის „საკომუნიკაციო სტრატეგიაში“ ხაზგასმითაა აღნიშნული დეზინფორმაციის მხილებისა და ფაქტებზე დაფუძნებული, მიუკერძოებელი ინფორმაციის გავრცელების აუცილებლობა. დოკუმენტის მიხედვით, დეზინფორმაციასთან და ყალბ ახალ ამბებთან ბრძოლა არის უწყვეტი პროცესი, რომელიც მოითხოვს ორი ძირითადი კომპონენტის შესრულებას: დეზინფორმაციის მხილებას და ფაქტებზე დაფუძნებული, მიუკერძოებელი ინფორმაციის გავრცელებას, ასევე მედიანიგნიერების და კრიტიკული აზროვნების განვითარებას. ამ მიმართულებით სტრატეგიაში აღნიშნულია, რომ მნიშვნელოვანია კომუნიკაციების კომისიასთან თანამშრომლობის გაღრმავებაც. (მთავრობის „საკომუნიკაციო სტრატეგია.“ 2023)

საქართველოს კომუნიკაციების კომისიის საქმიანობის ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს მედია ნიგნიერების ამაღლება, რომელიც განიხილება როგორც დეზინფორმაციასთან ბრძოლის ეფექტიანი ინსტრუმენტი და მნიშვნელოვანი კომპონენტი საინფორმაციო უსაფრთხოების განმტკიცებისთვის კომისია ახორციელებს სხვადასხვა საგანმანათლებლო პროექტს, მათ შორის „მედია აკადემიას“, „მედია ლაბს“ და „მედია სკოლას“. აღნიშნული ინიციატივები მიზნად ისახავს ახალგაზრდებისა და პედაგოგების ცოდნის გაღრმავებას ისეთი მნიშვნელოვანი მიმართულებებით, როგორიცაა მედიასთან მუშაობის უნარების განვითარება, ინფორმაციის გადამოწმების ტექნიკები, კრიტიკული აზროვნება და ონლაინ გარემოში უსაფრთხო ქცევის წესების გაცნობა. პროექტები აერთიანებს როგორც თეორიულ, ასევე პრაქტიკულ კომპონენტებს და ხელს უწყობს მედიის მიმართ პასუხისმგებლიანი და გააზრებული მიდგომის ჩამოყალიბებას, რაც თანამედროვე საინფორმაციო გარემოში მოქალაქეთა მედეგობის განმტკიცების აუცილებელი წინაპირობაა.

დასკვნა

დეზინფორმაციის გავრცელება თანამედროვე დემოკრატიული სისტემებისთვის ერთ-ერთ უმთავრეს გამოწვევად რჩება. აშშ-ისა და საქართველოს მაგალითები ნათლად აჩვენებს, რომ საინფორმაციო ოპერაციები მიზნად ისახავს საზოგადოებრივი აზრის მანიპულაციას, საზოგადოებრივი ნდობის შესუსტებას, დემოკრატიული ინსტიტუტების სანდოობის შესუსტებასა და პოლიტიკური პროცესების დისკრედიტაციას. როგორც საქართველოში, ისე ამერიკაში, დეზინფორმაციის გავრცელება განსაკუთრებით საარჩევნო პერიოდებში აქტიურდება.

განხილული შემთხვევები აჩვენებს, რომ დეზინფორმაციის კამპანიების დროს გამოიყენება მრავალფეროვანი მეთოდები: ყალბი ამბები, ცრუ ნარატივები, მანიპულაციური ვიზუალური კონტენტი - „დიფფიკები“ და შიშზე დამყარებული გზავნილების გავრცელება.

შედარებითი ანალიზი აჩვენებს, რომ მიუხედავად ორ ქვეყანას შორის კონტექსტისა და მასშტაბების განსხვავებისა, დეზინფორმაციის გავლენა ამერიკაშიც და საქართველოშიც ანალოგიური სტრატეგიებით ხორციელდება და ერთნაირად აზიანებს დემოკრატიულ პროცესებს. საქართველოში განსაკუთრებით საყურადღებოა შიდა და გარე აქტორების მიერ საინფორმაციო სივრცის მანიპულაცია, ხოლო აშშ-ში პრობლემას ემატება ტექნოლოგიური პლატფორმების მასშტაბურობა და სამიზნე აუდიტორიის სეგმენტაცია. ორივე შემთხვევაში დეზინფორმაცია ხელს უწყობს სოციალ-პოლიტიკურ პოლარიზაციას, გარკვეულწილად ამცირებს ნდობას მედიისა და საარჩევნო პროცესის მიმართ.

აღნიშნულ საკითხზე მსჯელობა, ადასტურებს, რომ დეზინფორმაციასთან ბრძოლა გულისხმობს კომპლექსურ მიდგომას, რომელიც ერთდროულად უზრუნველყოფს როგორც გამოხატვის თავისუფლების დაცვას, ისე საზოგადოების დაცვას მიზანმიმართული და მავნე ინფორმაციული ზეგავლენისგან.

დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლის ეფექტური სტრატეგიები მოითხოვს სისტემურ მიდგომებს, რომლებიც მოიცავს საკანონმდებლო სივრცის დახვეწას, ტექნოლოგიური ინსტრუმენტების გამოყენების აუცილებლობას, საერთაშორისო პრაქტიკისა და სტრატეგიული პარტნიორების საუკეთესო გამოცდილების გაზიარებას, ერთიანი სა-მთავრობო მიდგომის შემუშავებას, კოორდინირებულ უწყებათაშორის თანამშრომლობას და საგანმანათლებლო ღონისძიებებს - მედიანიგნიერების წახალისებას. აუცილებელია სახელმწიფოს, მედიის, ციფრული პლატფორმებისა და სამოქალაქო საზოგადოების ერთიანი ძალისხმევა. დემოკრატიული მდგრადობის უზრუნველყოფა მოითხოვს ინფორმაციის სანდოობის დაცვას და დეზინფორმაციის განეიტრალებას, როგორც ეროვნულ, ისე გლობალურ დონეზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9557>
2. U.S. Senate Select Committee on Intelligence, "Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election," 2018 ხელმისაწვდომია აქ: Report_Volume3.pdf

3. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.

4. Macedonia's Pro-Trump Fake News Industry Had American Links, And Is Under Investigation For Possible Russia Ties ხელმისაწვდომია აქ: Macedonia's Pro-Trump Fake News Industry Had American Links, And Is Under Investigation For Possible Russia Ties

5. The Macedonian Fake News Industry and the 2016 US Election 2016. ხელმისაწვდომია აქ: <https://cutt.ly/OrxBrqAQ>

6. Democratic Erosion Consortium. Stop the Steal: The Age of Conspiracy Theories and Disinformation. Mariana Paez. *Xelmissawvdomia* აქ: Stop the Steal: The Age of Conspiracy Theories and Disinformation - Democratic Erosion

7. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook 2020. ხელმისაწვდომია აქ: Statement from CISA Director Krebs on Security and Resilience of 2020 Elections. ხელმისაწვდომია აქ: Statement from CISA Director Krebs on Security and Resilience of 2020 Elections | CISA

8. დეზინფორმაცია: აშშ-ის 2020 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები გაყალბდა. ხელმისაწვდომია აქ: <https://cutt.ly/crxBelGd>

9. (NDI - ანგარიში 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების შესახებ - ხელმისაწვდომია აქ: <https://cutt.ly/trxBeXgC>

10. „Freedom on the Net 2019“ – Freedom House. 2019. ხელმისაწვდომია აქ: Georgia: Freedom on the Net 2019 Country Report | Freedom House

11. საერთაშორისო გამჭვირვალობა 2018 წელი. ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.transparency.ge/ge/post/administraciuli-resursebis-gamoqeneba-2018-clis-sakartvelos-saprezidento-archevnebis-vis--2>

12. ევროკავშირმა და „გაეროს განვითარების პროგრამა“ მედიამონიტორინგის შუალედური ანგარიშები - 2020 წელი. ხელმისაწვდომია აქ: ევროკავშირმა და „გაეროს განვითარების პროგრამამ“ მედიამონიტორინგის შუალედური ანგარიშები გამოაქვეყნეს – Civil Georgia სად მივყავართ „მიხეილ ბიძინაურის“, „ბრძენი კრიტიკოსის“ და სხვა ახლადშექმნილი გვერდების კვალს? – „მითების დეტექტორი“. 2024 წელი. ხელმისაწვდომია აქ: სად მივყავართ „მიხეილ ბიძინაურის“, „ბრძენი კრიტიკოსის“ და სხვა ახლადშექმნილი გვერდების კვალს? | Mythdetector.com

13. საქართველოს პარლამენტი (1995) საქართველოს კონსტიტუცია, ხელმისაწვდომია ვებ-გვერდზე (ნანახია 29.04.2022) <http://bit.ly/2Jz5DnX>

14. დეზინფორმაციის გავრცელება და ანტიდასავლური პროპაგანდა. საქართველოს პარლამენტი 2022 წელი. ხელმისაწვდომია აქ: <https://web-api.parliament.ge/storage/files/shares/kvleviti-centri/kvlevebi/2/dezinformacia.pdf>

15. საქართველოს მთავრობის საკომუნიკაციო სტრატეგია 2024-2027 წწ. ხელმისაწვდომია აქ: [\https://cutt.ly/drxBeOPI [უკანასკნელად გადამოწმდა: 05.04.2025]

16. კომუნიკაციების კომისია. ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.comcom.ge/ge/> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 04.04.2025]