

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

სალომე ხატიაშვილი

ყალბი ახალი ამბების ეფექტი სოციალურ ქსელ ფეისბუქში
ახერხებენ თუ არა ფეისბუქის ქართველი მომხმარებლები ყალბი
ინფორმაციის იდენტიფიცირებას და მასთან გამკლავებას

მედია და ახალი ტექნოლოგიები

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ჟურნალისტიკის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ნათია კუპრაშვილი
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ჟურნალისტიკის ასოცირებული პროფესორი

თბილისი

2019

ანოტაცია

ყალბი ახალი ამბების გავრცელების პრობლემა დღეს მსოფლიოში მწვავედ დგას. ტექნოლოგიურმა წინსვლამ და სოციალური ქსელების განვითარებამ იდეალური პირობები შექმნა ე.წ. ფეიკ ნიუსების გასავრცელებლად. ნებისმიერ სფეროში გამარჯვებულია ის, ვინც იგებს საინფორმაციო ომს და არ აქვს მნიშვნელობა, სამართლიანად ეკუთვნის თუ არა ეს გამარჯვება. პოლიტიკოსები თუ ცალკეული პირები ჩვენი საუკუნის შესაძლებლობებს არაკეთილსინდისიერად იყენებენ და საზოგადოებრივი აზრის შესაქმნელად (ე.წ. ტროლების მეშვეობით) პროპაგანდისტულ მესიჯებს ავრცელებენ. ყალბი ახალი ამბების გავრცელებაში მსოფლიოს არც საქართველო „ჩამორჩება“. დღეს ეს პრობლემა ჩვენს ქვეყანაში ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალურია.

კვლევით ნაშრომში განხილულია ყალბი ახალი ამბების ეფექტი სოციალურ მედიაში: ახერხებენ თუ არა „ფეისბუქის“ ქართველი მომხმარებლები „ფეიკ ნიუსების“ იდენტიფიცირებას და მასთან ბრძოლას. ნაშრომში განმარტებულია, რატომ შეირჩა სოციალური ქსელი „ფეისბუქი“.

კვლევისთვის გამოყენებულია სამი მეთოდი: კონტენტ ანალიზი, ელექტრონული გამოკითხვა და ექსპერიმენტი. კონტენტ ანალიზისთვის საკვლევ პერიოდად შეირჩა 2019 წლის მარტი-მაისი (3 თვე). მოცემულ პერიოდში ჩატარდა ზუგდიდის მერის არჩევნები. დაკვირვების ობიექტად კი შეირჩა „ფეისბუქის“ 5 პოპულარული გვერდი: „ასავალ-დასავალი“, „ნაცი კლავს“, მიხეილ უკრაინოლოგი“, „თავისუფალი ზონა“ და „ორი გვამი უნდათ“. ელექტრონული გამოკითხვა და ექსპერიმენტი ჩატარდა „ფეისბუქზე“. გამოკითხვა მიმდინარეობდა 2019 წლის აპრილი - ივნისის (3 თვე) განმავლობაში, ხოლო ექსპერიმენტი - 1 ივლისიდან 7 ივლისის ჩათვლით (1 კვირა).

ნაშრომში მიმოხილულია „ფეიკ ნიუსებთან“ დაკავშირებული, უკვე არსებული უცხოური და ქართული კვლევებიც.

Annotation

Fake news is one of the biggest problems facing the world nowadays. Communication technology is growing fast, while offering great possibilities to content creation and spreading. The new world has created ideal conditions for the false news and propaganda. Politicians, governments and even some of the individuals are using 21st century possibilities with bad and harmful intentions. In the terms of fake news spreading, Georgia is not far behind the rest of the world.

Can Georgian Facebook users identify and spot fake news? And if they can, what methods do they use to fight against misinformation?

Three research approaches are used in the paper work to answer the main research questions: content analysis, electronic survey and an experiment. The length of the content analysis research period is 3 months, from March to May, 2019. It is the pre-election period of Zugdidi mayoral elections. The observation objects are 5 popular Facebook pages. As for the electronic survey and an experiment, they were conducted in the most famous social media platform in Georgia, Facebook. The online survey took place from April to June, 2019 and the experiment - from 1st to 7th July, 2019.

The paper work also provides an overview of Georgian and foreign researches about fake news.

სარჩევი

1. შესავალი	6
2. ლიტერატურის მიმოხილვა	9
2.1 ყალბი ახალი ამბების ფენომენი	9
2.2 ტროლების არმია	11
2.3 პროპაგანდის რუსული მოდელი	12
2.4 ფეისბუქის ბრძოლა ყალბი ახალი ამბების წინააღმდეგ.....	14
2.5 ჟურნალისტიკა ყალბი ახალი ამბების ეპოქაში	14
2.6 მოტივაცია, რომელიც ამოძრავებს ყალბი ახალი ამბების გამავრცელებელს	19
2.7. ყალბი ახალი ამბები და საქართველო - უკვე არსებული კვლევების მიმოხილვა.....	21
2.8 კონსტიტუციით მინიჭებული უფლება	24
3. კონტენტ ანალიზი	25
3.1 ხუთი მედია საშუალების კონტენტ ანალიზი და კვლევითი კითხვები.....	25
3.2 ასავალ-დასავალი.....	26
3.3 თავისუფალი ზონა.....	32
3.4 ნაცი კლავს	32
3.5 ორი გვამი უნდათ.....	38
3.6 მიხეილ უკრაინოლოგი	41
3.7 ძირითადი მიგნებები.....	42
4. გამოკითხვა	47
4.1 კვლევის მიზნები და ამოცანები	47
4.2 მეთოდოლოგია.....	47
4.3 გამოკითხვის შედეგები	48
4.4 გამოკვეთილი ტენდენციები და დასკვნები	52
5. ექსპერიმენტი	55
5.1 კვლევის მიზნები და ამოცანები	55
5.2 მეთოდოლოგია.....	55
5.3 ექსპერიმენტის შედეგები.....	59
5.4 ძირითადი მიგნებები და ტენდენციები.....	64

6. ნაშრომის დასკვნები	66
ბიბლიოგრაფია.....	73
დანართი 1. სატიტულო ფურცელი.....	75
დანართი 2. კონტენტ ანალიზის ვიზუალური მასალები.....	76
დანართი 3. კონტენტ ანალიზის გრაფიკული სქემები.....	80
დანართი 4. გამოკითხვის შედეგები	82
დანართი 5. ექსპერიმენტი	88

1. შესავალი

ყალბი ახალი ამბების გავრცელების პრობლემა მთელს მსოფლიოში აქტუალურია. აღნიშნული ფენომენი ახალი არ არის, თუმცა, ტექნოლოგიურმა წინსვლამ განსაკუთრებით ნოყიერი ნიადაგი შექმნა „ფეიქ ნიუსების“ ელვის სისწრაფით გასავრცელებლად. სოციალური მედიის პლატფორმები, როგორც არის ფეისბუქი, ტვიტერი, იუთუბი და სხვ. ყალბი ნიუსების შექმნისა და გავრცელებისთვის იდეალურ პირობებს ქმნის. ჩვენს საუკუნეში ნებისმიერი ინდივიდისთვის ხელმისაწვდომია ახალი ამბის გავრცელება. ამისთვის საკმარისია ტელეფონი, სოციალური ქსელი და ინტერნეტი. მედია დიდ როლს თამაშობს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში. არაკეთილსინდისიერი პირები კი 21-ე საუკუნის შესაძლებლობებს ბოროტად იყენებენ და იმისთვის, რომ საზოგადოებრივ აზრზე გავლენა იქონიონ, ქმნიან და ავრცელებენ ყალბ ახალ ამბებს. აღნიშნული ფენომენი, როგორც წესი, ემსახურება პოლიტიკური დღის წესრიგის შეცვლას, რომელიმე პარტიის ან ცალკეული პიროვნების დისკრედიტაციას, სახელმწიფოს პოლიტიკური გეზის შეცვლას, დემოკრატიული პროცესებისთვის საფრთხის შექმნას და სხვა არაკეთილშობილურ მიზნებს.

ყალბ ახალ ამბებთან საბრძოლველად, პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია, გავიგოთ, რა გზებითა და ფორმებით იქმნება და ვრცელდება „ფეიქ ნიუსები“ სოციალურ მედიაში, როგორ აღწევს აუდიტორიამდე და როგორია სამიზნე ჯგუფის რეაქცია ამ ტიპის ინფორმაციაზე, ახერხებენ თუ არა მკითხველები გაყალბებული ამბების იდენტიფიცირებას და მასთან გამკლავებას.

კვლევის ობიექტად შეირჩა სოციალური მედია და რადგანაც ყველაზე პოპულარული სოციალური ქსელი საქართველოში ფეისბუქია (85.59 % სწორედ აღნიშნულ ქსელს მოიხმარს¹), დაკვირვების ობიექტადაც ფეისბუქი შეირჩა. სოციალური ქსელების მეშვეობით ნებისმიერი ახალი ამბავი ყველაზე სწრაფად ვრცელდება, გარდა ამისა, ტრადიციული მედიისგან განსხვავებით, ონლაინპლატფორმებზე რეალურ დროში ხდება

¹ Social media stats Georgia. (Apr. 2018 – Apr. 2019). Statcounter. <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/georgia>

შესაძლებელი მომხმარებლების „ფიდბექზე“ და ჩართულობაზე დაკვირვება, რა რეაქცია აქვთ და რამდენად სჯერათ გავრცელებული ინფორმაციის. ამიტომ კვლევის მთავარი კითხვა შემდეგია: ახერხებენ თუ არა ყალბი ახალი ინფორმაციის იდენტიფიცირებას სოციალური ქსელის, „ფეისბუქის“ ქართველი მომხმარებლები და თუ ახერხებენ, რა მეთოდებს იყენებენ „ფეიკ ნიუსებთან“ საბრძოლველად.

კვლევის ჰიპოთეზა კი შემდეგია: ფეისბუქის ქართველი მომხმარებლების დიდი ნაწილი ვერ ახერხებს ყალბი ახალი ამბების იდენტიფიცირებას. ხოლო, მათგან უმეტესობა, ვინც ახერხებს, დეზინფორმაციასთან საბრძოლველად არაფერს აკეთებს.

კვლევის მეთოდებად გამოყენებულია კონტენტ ანალიზი, ელექტრონული გამოკითხვა და ონლაინ ექსპერიმენტი. შინაარსობრივი ანალიზის მეშვეობით, დადგინდება სოციალურ მედიაში გავრცელებული ყალბი ახალი ამბების მესიჯები, ტექსტები და მათი მახასიათებლები. ელექტრონული გამოკითხვის მეშვეობით, თვალსაჩინო გახდება სოციალური ქსელის ქართველი მომხმარებლების დამოკიდებულება და ცოდნა „ფეიკ ნიუსების“ მიმართ და მათი მეთოდები ცრუ ინფორმაციასთან გასამკლავებლად. ხოლო ექსპერიმენტის მეშვეობით, რეალურ დროში დადგინდება ყალბი ახალი ამბების ეფექტი და გავლენა „ფეისბუქის“ ქართველ მომხმარებლებზე.

კონტენტ ანალიზისთვის საკვლევ პერიოდად შერჩეულია 2019 წლის მარტიდან 2019 წლის მაისის ჩათვლით პერიოდი (3 თვე). დროის მოცემულ მონაკვეთში ჩატარდა ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი, ზუგდიდის მერის არჩევნები. შესაბამისად, ამ პერიოდში ყალბი ნიუსები განსაკუთრებით ინტენსიურად ვრცელდებოდა, ამიტომ კვლევისთვის საინტერესო მონაკვეთია. ელექტრონული გამოკითხვისთვის საკვლევ პერიოდად შერჩეულია 2019 წლის აპრილი - ივნისი (3 თვე), ხოლო ექსპერიმენტისთვის - 1 ივლისიდან 7 ივლისის ჩათვლით პერიოდი.

დაინტერესებულ მკითხველს კვლევა საშუალებას მისცემს, დაანახოს, რა გზებითა და ფორმით ვრცელდება სოციალურ ქსელში ყალბი ახალი ამბები საქართველოს რეალობაში, რა გავლენას ახდენს აუდიტორიაზე და როგორია უკუგება საზოგადოების მხრიდან. თემა

აქტუალურია, რადგან გაყალბებულ ინფორმაციას აქვს ძალა შეცვალოს ჩვენი ყოველდღიური რეალობა და თითოეული მოქალაქის მომავალი კეთილდღეობა.

2. ლიტერატურის მიმოხილვა

2.1 ყალბი ახალი ამბების ფენომენი

ყალბი ინფორმაციის გავრცელება და ამით საზოგადოებრივ აზრზე მანიპულირება არ არის მხოლოდ თანამედროვეობისთვის დამახასიათებელი ფენომენი. მისი ფესვები ძალიან შორეულ წარსულში, ჯერ კიდევ ანტიკური რომის პერიოდში, მარკუს ანტონიუსის პოლიტიკური მოღვაწეობის დროს უნდა ვიკვლიოთ. ანტონიუსის პოლიტიკურმა მეტოქემ, ოქტავიანემ კონკურენტის წინააღმდეგ ცრუ ინფორმაციის გავრცელების მეთოდს მიმართა (ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 36 წ.) და ფულის მონეტებზე ანტონიუსის ღირსების შესაღებად მიმართული მოკლე მესიჯები დააბეჭდინა (მაგალითად, ლოთი და მექალთანე). ოქტავიანემ საინფორმაციო ომში შეძლო კიდევ გამარჯვება და საზოგადოების მხარდაჭერაც მოიპოვა.²

21-ე საუკუნეში „ფეიკ ნიუსმა“ ახალი ძალა და შესაძლებლობები მიიღო. ტექნოლოგიების განვითარებამ, ახალი მედია პლატფორმების შექმნამ და ხელმისაწვდომობამ ამბების გავრცელებას მეტი სისწრაფე შესძინა.

„ფეიკ ნიუსის“ ზუსტ განმარტებაზე მკვლევარები დღესაც ვერ თანხმდებიან. ტერმინს უკავშირებენ სიცრუეს, მანიპულაციას, დეზინფორმაციას, პროპაგანდას, შეთქმულების თეორიებსა და ჭორებს.³ ოქსფორდის ლექსიკონის მიხედვით, ტერმინი Fake news წლის სიტყვად 2016 წელს დასახელდა⁴, როდესაც ამერიკის შეერთებული შტატების საპრეზიდენტო არჩევნებმა მისი გამოყენება სრულიად ახალ დონეზე აიყვანა.

²Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, “fake news” & disinformation, Handbook for journalism education and training*. UNESCO series on journalism education (p.15)

³Kalsnes, B. (2018). *Fake News*. Oxford Research Encyclopedia of Communication (p.1). DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.809

⁴Kalsnes, B. (2018). *Fake News*. Oxford Research Encyclopedia of Communication (p.1). DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.809

Google trends-ის (გუგლის ტენდენციების) მიხედვით, 2016 წლიდან „გუგლში“ ტერმინის, fake news-ის ძიების სიხშირემ მკვეთრად მოიმატა⁵, რაც იმას ნიშნავს, რომ ამ ფენომენის მიმართ საზოგადოების ინტერესი ბოლო წლებში განსაკუთრებით გაიზარდა.

სწორედ ამ პერიოდში, აშშ-ის პრეზიდენტმა, დონალდ ტრამპმა ისეთი უზარმაზარი მედია საშუალებები, როგორცაა CNN და The New York Times არაერთხელ მოიხსენია ყალბი ამბების გამავრცელებლად.⁶

ავტორები Tandoc, Lim და Ling, სინგაპურის ნანიანგის ტექნოლოგიური უნივერსიტეტიდან, 2018 წლის ნაშრომში, „ყალბი ახალი ამბების განსაზღვრა“ (Defining “Fake News”) „ფეიკ ნიუსების“ კლასიფიკაციას ახდენენ და რამდენიმე კატეგორიად ჰყოფენ: 1. ახალი ამბების სატირა (News Satire) - მიმართავს იუმორს, დასცინის ახალი ამბების პროგრამებს და მათ იმიტირებას ცდილობს. 2. ახალი ამბების პაროდია (News Parody) - მისი მახასიათებლებით წააგავს სატირას, რადგან ორივე იუმორს ეფუძნება, თუმცა, პაროდია მთლიანად გამოგონილ ამბებს ავრცელებს. 3. ახალი ამბების ფაბრიკაცია (News Fabrication) - ახალი ამბები, რომლებიც გამოქვეყნებულია როგორც ავთენტური „ნიუსი“, თუმცა, არ ეფუძნება რეალურ ფაქტებს. 4. ფოტო მანიპულაცია (Photo Manipulation) – „ფეიკ ნიუსის“ მცნება გამოიყენება ვიზუალურ მასალასთან მიმართებაშიც, იქნება ეს ფოტოსა თუ ვიდეოს დამახინჯება ხელოვნური ჩარევით და სხვადასხვა პროგრამების დახმარებით. 5. რეკლამა და საზოგადოებასთან ურთიერთობა (Advertising & PR) - სარეკლამო მასალები და პრესრელიზები, რომლებიც ახალი ამბების ფორმატში ქვეყნდება, შესაძლებელია ხშირად მოხვდეს „ფეიკ ნიუსების“ კატეგორიაში, რადგან ემსახურება პროდუქტის რეკლამირებას, მის გაყიდვას და არა რეალობის დაუმახინჯებლად წარმოჩენას. 6. პროპაგანდა (Propaganda) - მიემართება ახალი ამბების

⁵Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news - An economic perspective*; Digital Economy Working Paper 2018-02; JRC Technical Reports (p.8)

⁶ Kalsnes, B. (2018). *Fake News*. Oxford Research Encyclopedia of Communication (p.2). DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.809

ტიპს, რომელიც საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენას ცდილობს და ემსახურება ცალკეული პიროვნების, პოლიტიკური ორგანიზაციისა თუ მთავრობის ინტერესებს.⁷

2.2 ტროლების არმია

2016 წლის, ამერიკის შეერთებული შტატების, საპრეზიდენტო არჩევნებამდე და მას შემდეგ ადამიანები აზიარებდნენ იმავე რაოდენობის ყალბ ინფორმაციას, რა რაოდენობის რეალურ ნიუსებსაც. როგორც ფეისბუქმა მოგვიანებით განმარტა, 2 წლის განმავლობაში რუსეთიდან 100 000 ამერიკული დოლარით ფინანსდებოდა რეკლამები, რომლებიც მიმართული იყო ჰილარი კლინტონის წინააღმდეგ და გამიზნული იყო ამერიკის არჩევნებზე გავლენის მოსახდენად. „ნიუ იორკ თაიმსის“ გამოძიების მიხედვით, რუსი ოპერატორები ამერიკელი ხალხის სახელით ქმნიდნენ ფეისბუქისა და ტვიტერის ყალბ პროფილებს და კლინტონის საწინააღმდეგო მესიჯებს აზიარებდნენ. 2016 წელსვე, სხვადასხვა მედია საშუალებამ გამოავლინა ჩრდილოეთ მაკედონიაში დაფუძნებული ე.წ. ტროლების ქარხანა (troll farm), სადაც, ძირითადად, თინეიჯერები იყვნენ დასაქმებული. შექმნილი იყო 100-ზე მეტი, ტრამპის მხარდამჭერი მედია ვებგვერდი, საიდანაც ვრცელდებოდა ყალბი ახალი ამბები.⁸

ტროლებისა და ყალბი ახალი ამბების „ქეისი“ კიდევ ბევრჯერ განმეორდა და შეუცვალა გეზი მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენებს. მაგალითად, შეგვიძლია, მოვიყვანოთ “ბრექსიტის” ცნობილი შემთხვევა, როდესაც სოციალურ ქსელებში ძალიან დიდი რაოდენობის, ბრექსიტის მხარდამჭერი მესიჯი ვრცელდებოდა.⁹

⁷ Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim & Richard Ling (2018) Defining “Fake News”, *Digital Journalism*, 6:2, 137-153, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143

⁸ Posetti J., & Matthews A. (2018). A short guide to the history of “fake news” and disinformation. International center for journalists.

⁹ Posetti J., & Matthews A. (2018). A short guide to the history of “fake news” and disinformation. International center for journalists.

2.3 პროპაგანდის რუსული მოდელი

კრისტოფერ პოლი და მირიამ მეთიუსი ნაშრომში “რუსული პროპაგანდის მოდელი“ საუბრობენ, რომ 2008 წელს, რუსეთის საქართველოში შემოჭრის შემდეგ რუსულმა პროპაგანდისტულმა „მანქანამ“ მნიშვნელოვანი ევოლუცია განიცადა და მთელი თავისი „დიდებულებით“ გამოვლინდა 2014 წელს, რუსეთის ფედერაციის მიერ ყირიმის ნახევარკუნძულის ანექსიის დროს.¹⁰ ეს მოდელი დღემდე აქტიურად აგრძელებს მუშაობს მსოფლიოში მიმდინარე სხვადასხვა საერთაშორისო კონფლიქტში, როგორცაა, მაგალითად, უკრაინისა და სირიის კონფლიქტები.¹¹ თანამედროვე რუსულ პროპაგანდას რამდენიმე ძირითადი მახასიათებელი აქვს. ვრცელდება სწრაფად, უწყვეტად, არის დროში განმეორებადი. არ აქვს თანმიმდევრულობა და ლოგიკურობა.¹²

ნაშრომის ავტორები რამდენიმე მახასიათებელს გამოყოფენ, რის გამოც თვლიან, რომ რუსული პროპაგანდისტული მეთოდი წარმატებით მუშაობს. პირველ რიგში, დეზინფორმაცია, ყალბი ნიუსები, პროპაგანდა და ჭორები ვრცელდება დიდი ინტენსივობითა და მოცულობით. ამისთვის კი იყენებენ მრავალ სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხს. „ფეიკ ნიუსები“ მოიცავს რეგორც ტექსტუალურ, ასევე ვიზუალურ მასალებს, ვიდეოებს, ფოტოებსა და აუდიო ჩანაწერებს. ეს ყველაფერი კი ვრცელდება რადიოს, ტელევიზიის, პრესის, ინტერნეტისა თუ სოციალური ქსელების მეშვეობით.¹³

რუსული პროპაგანდისტული მოდელი მუშაობს ძალიან სწრაფად. ეს კი იმით აიხსნება, რომ „ფეიკ ნიუსები“ არ ეყრდნობა რეალურ ფაქტებსა და სინამდვილეს, ამიტომ მის ავტორებს არ სჭირდებათ ინფორმაციის გადამოწმება, წყაროების გამოკითხვა იმისთვის, რომ ახალი ამბავი გამოაქვეყნონ. ე.ი. დეზინფორმაციის გავრცელებას მინიმალური დროითი რესურსის გამოყენებით ახერხებენ, რის გამოც სისწრაფეში ჯაბნიან რეალურ,

¹⁰ Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (p.1)

¹¹ Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (p.1)

¹² Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (p.1)

¹³ Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (p.2)

ავთენტურ მედია საშუალებებს. ძალიან სწრაფად ეხმაურებიან ყველანაირ ღონისძიებასა თუ ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენას.¹⁴

რუსული პროპაგანდისტული მოდელი ობიექტურ რეალობას არ ასახავს და ამაზე პასუხისმგებლობას არ იღებს. თუმცა, ზოგიერთი რუსული მედია საშუალება მიზანმიმართულად, დეზინფორმაციასთან ერთად, დროგამოშვებით ავრცელებს ავთენტურ ინფორმაციასაც. მიზანი, არის, რომ მეტად დააბნიონ აუდიტორია და შექმნან შთაბეჭდილება, რომ ნამდვილ მედია საშუალებას წარმოადგენენ. ზოგჯერ ისინი გავრცელებულ ახალ ამბავს თან ურთავენ მტკიცებულებას, რომელიც ყალბია. მაგრამ მიუხედავად ამისა, ეს მეთოდი მაინც მუშაობს. აუდიტორიას იმდენად ეზარება ფაქტების გადამოწმება, რომ მარტივად იჯერებს ინფორმაციას, რომელსაც თან ახლავს მტკიცებულება და არ აქვს მნიშვნელობა, ეს მტკიცებულება რეალურია თუ წარმოადგენს ფაბრიკაციას.¹⁵

კიდევ ერთი მიზეზი, თუ რატომაც მუშაობს რუსული პროპაგანდისტული მოდელი, არის ის, რომ არ არის თანმიმდევრული. მანევრირებისა და ლავირების საშუალება აქვს. რას ნიშნავს ეს: თუ ვთქვათ, ტელევიზიის საშუალებით გავრცელებულ ყალბ ახალ ამბავს ცუდი გამოხმაურება ექნება ან აუდიტორია არ დაიჯერებს, სხვა არხებს ყოველთვის შეუძლიათ ამ „ნიუსის“ მოდიფიცირება, შეცვლა და მიზნობრივი ბაზრისთვის სხვა სახით მიწოდება. ყალბი ახალი ამბების გამავრცელებლებს არ აქვთ ვალდებულება, იყვნენ თანმიმდევრულნი. მაგალითად, გავიხსენოთ „მალაიზიის ავიახაზების“ უკრაინის ტერიტორიაზე ჩამოვარდნის ცნობილი შემთხვევა. რუსულ მედია საშუალებებში ბევრი კონსპირაციის თეორია გავრცელდა ამ შემთხვევის შესახებ. ყველა მათგანი სხვადასხვა ახსნას სთავაზობდა აუდიტორიას.¹⁶

¹⁴ Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (p.4)

¹⁵ Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (pp.5-6)

¹⁶ Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it.* Rand Corporation. (pp.7-8)

2.4 ფეისბუქის ბრძოლა ყალბი ახალი ამბების წინააღმდეგ

ბოლო წლებში განვითარებული მოვლენების გამო, კომპანია ფეისბუქმა „ფეიკ ნიუსებს“ ბრძოლა სხვადასხვა მეთოდით გამოუცხადა, თუმცა, არაერთხელ დადასტურდა, რომ ეს არც ისე მარტივი საქმეა, რადგანაც ზღვარი ზოგჯერ სიტყვის თავისუფლების შეზღუდვაზე გადის. სოციალურ ქსელს აქვს „დარეპორტების“ ფუნქცია: როდესაც მომხმარებლები ჩათვლიან, რომ გავრცელებული ამბავი არ შეესაბამება სიმართლეს, შეუძლიათ „დაარეპორტონ“ და მიუთითონ, რომ ამბავი ყალბია. გაცილებით რთულად არის საქმე საქართველოს შემთხვევაში, ვინაიდან ქართულ ენას ფეისბუქი სრულფასოვნად ვერ აღიქვამს, ყალბი ამბების იდენტიფიცირება სისტემისთვის უფრო რთულია და ხშირად დარეპორტება აზრს კარგავს და არაეფექტური ხდება. გარდა ამისა, ფეისბუქი მუდმივად ტესტავს ახალ ფუნქციებს, რომლებიც უფრო სწრაფად და ეფექტურად ამოიციან ე.წ. „ქლიქებითებს“ (დაჭერაზე ორიენტირებული ბმულები, მყვირალა სათაურებით, გამიზნულია მომხმარებლის შეცდომაში შესაყვანად), ხოლო ალგორითმი კი ეცდება სიახლეების ზოლში (News feed) მათი გავრცელება მაქსიმალურად შეზღუდოს.¹⁷

მიუხედავად გაჩაღებული ბრძოლისა, ფაქტია, რომ ყალბი ახალი ამბები მაინც დიდი რაოდენობით ვრცელდება. სოციალური ქსელების მომხმარებლები კი არ არიან სრულფასოვნად ინფორმირებულნი იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა გაარჩიონ ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაცია გამოგონილი ამბისგან.

2.5 ჟურნალისტიკა ყალბი ახალი ამბების ეპოქაში

ყალბი ახალი ამბების გაშუქების პრობლემა ნამდვილი ჟურნალისტიკისა და ჟურნალისტური პრინციპების მიმართ ეჭვებსა და უნდობლობას აჩენს. ჩვენს ეპოქაში ნებისმიერ ადამიანს, რომელსაც აქვს ჭკვიანი მობილური ტელეფონი, ფოტოაპარატი ან ვიდეო კამერა, ელვის სისწრაფით შეუძლია გაავრცელოს ახალი ამბავი. ამისთვის კი

¹⁷ Facebook for Media. *Working to stop misinformation and false news.* (2017).

<https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/working-to-stop-misinformation-and-false-news>

არანაირი ლიცენზია, სპეციალური განათლება ან აღჭურვილობა არ სჭირდება. საკმარისია, რომ საჭირო დროს აღმოჩნდეს საჭირო ადგილას, ამოიღოს ტელეფონი და გადაიღოს მომხდარი შემთხვევა. ინფორმაციის მნიშვნელობიდან გამომდინარე კი ეს ამბავი შესაძლოა ვირუსულადაც კი გავრცელდეს, ავტორს კი მსოფლიო დონის პოპულარობა მოუტანოს. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ ტელევიზიებსა და გაზეთებს აღარ აქვთ ექსკლუზივი ახალი ამბების გავრცელებაზე და მათ ჩვეულებრივი მოქალაქეები ასწრებენ.

სამოქალაქო ჟურნალისტიკა და სამოქალაქო ჟურნალისტი ტერმინია, რომელიც ჩვეულებრივ, რიგით მოქალაქეებს ჟურნალისტულ ქმედებებს მიაწერს. მათ არ აქვთ სპეციალური განათლება და არ არიან სხვადასხვა მედია ორგანიზაციის წევრები, არამედ მოქმედებენ ინდივიდუალურად და მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ საზოგადოების ინფორმირებაში.¹⁸ სამოქალაქო ჟურნალისტიკის პირობებში, ძნელია გაარჩიო კეთილსინდისიერი და არაკეთილსინდისიერი ადამიანები ერთმანეთისგან, ვინ ავრცელებს სწორ ინფორმაციას და ვინ მანიპულირებს ფაქტებით, ვინ ემსახურება ქვეყნის ინტერესებს გულწრფელად და ვინ არის ფულით მოსყიდული. იმის გათვალისწინებით, რომ აუდიტორიის დიდი ნაწილი ვერ არჩევს ერთმანეთისგან ყალბ ახალ ამბებს რეალური ფაქტებისგან ან არ იცის, როგორ გადაამოწმოს „ფეიქ ნიუსები“ (იხილეთ ელექტრონული გამოკითხვის შედეგები), არსებობს დიდი საფრთხე, რომ ცრუ ინფორმაცია აღქმული იყოს ჭეშმარიტებად და ამან ნეგატიურად შეცვალოს როგორც ქვეყანაში მიმდინარე პროცესები, ასევე დააზიანოს ცალკეული ადამიანები თუ დემოკრატიული საზოგადოების ინტერესები.

ბილ კოვაჩისა და როზენსტილის ნაშრომის, „ჟურნალისტიკის ელემენტების“ მიხედვით, ავტორები ჟურნალისტებისთვის 9 მთავარ პრინციპს გამოყოფენ, რომლებიც ამ პროფესიის ყველა წარმომადგენელმა უნდა გაითვალისწინოს. ეს პრინციპები შემდეგია:

1. ჟურნალისტის ვალდებულება, პირველ რიგში, სიმართლის გაშუქებაა.
2. ჟურნალისტი უნდა იყოს ქვეყნის მოქალაქეების ლოიალური და ერთგული.

¹⁸ Adria, M., & Mao, Y. (2017). *Handbook for research on citizen engagement and public participation in the era of New Media*. IGI Global

3. ჟურნალისტის ვალდებულებაა, გადამოწმებული ინფორმაცია გაავრცელოს.
4. ჟურნალისტმა უნდა შეინარჩუნოს დამოუკიდებლობა მათგან, ვისაც აშუქებს.
5. ის უნდა იყოს ძალაუფლების დამოუკიდებელი მაკონტროლებელი.
6. ჟურნალისტმა უნდა შექმნას პლატფორმა და ფორუმი საზოგადოებრივი კრიტიკისა და კომპრომისებისთვის.
7. ჟურნალისტი უნდა ეცადოს, რომ ინფორმაცია, რომელსაც აშუქებს, იყოს საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი, საინტერესო და, რაც მთავარია, რელევანტური.
8. ჟურნალისტის მიერ გაშუქებული ინფორმაცია უნდა იყოს ყოველმხრივი და პროპორციული.
9. ჟურნალისტი პასუხისმგებელია საკუთარი სინდისის წინაშე.¹⁹

ბილ კოვაჩისა და როზენსტილის ნაშრომის განახლებულ და ბოლო გამოცემებში დამატებულია ჟურნალისტიკის მე-10 პრინციპიც, რაც ზუსტად ეხმიანება სამოქალაქო ჟურნალისტიკის განვითარებას და თანამედროვე ეპოქის მოთხოვნებს. მეათე პრინციპი გვეუბნება, რომ „მოქალაქეებსაც აქვთ პასუხისმგებლობები, როდესაც საქმე ახალი ამბების გავრცელებას ეხება.“²⁰ ე.ი. ჟურნალისტური პრინციპები და მთავარი მიდგომები ჩვეულებრივ მოქმედებს სამოქალაქო ჟურნალისტებზეც.

ცხადია, კეთილსინდისიერად მოქმედებენ თუ არა ჟურნალისტები, ამას ვერც კანონითა და ვერც იძულების წესით ვერავინ გააკონტროლებს, რადგან საქართველოში სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლება კონსტიტუციით უზრუნველყოფილია, ხოლო ცენზურა აკრძალული.²¹ შესაბამისად, ჟურნალისტების მიერ გავრცელებული ახალი ამბების აკურატულობა და სიზუსტე მხოლოდ მათ სინდისზეა დამოკიდებული.

¹⁹Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements Of Journalism*. Three Rivers Press, New York (pp. 5-6)

²⁰Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements Of Journalism*. Three Rivers Press, New York (p. 6)

²¹ საქართველოს კონსტიტუცია. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/30346?publication=35>

ჩნდება რამდენიმე კითხვა: როგორ უნდა შეინარჩუნონ ჟურნალისტებმა საზოგადოების ნდობა გლობალური ყალბი ახალი ამბების ეპოქაში? როგორ უნდა დარჩნენ საზოგადოების ერთგულნი და ემსახურონ მოქალაქეების ინტერესებს? როგორ უნდა დაიცვან მოქალაქეების უფლება, რომ მიიღონ უტყუარი და გადამოწმებული ინფორმაცია? როგორ უნდა დაიცვან დემოკრატიული საზოგადოება პროპაგანდისტული და ყალბი ინფორმაციისგან მომავალი საფრთხეებისგან?

პოსეტისა და აირტონის ნაშრომში „ჟურნალისტიკა, ყალბი ახალი ამბები და დეზინფორმაცია“, ავტორები რამდენიმე ძირითად პრინციპსა და მთავარ ღირებულებებს გამოყოფენ, რითიც უნდა იხელმძღვანელონ ჟურნალისტებმა ეპოქაში, სადაც „ფეიკ ნიუსებმა“ ციფრული სივრცე თითქმის მთლიანად დაიპყრო. სწორედ ამ ღირებულებებისა და პრინციპების დახმარებით შეძლებენ ისინი, რომ მოიპოვონ საზოგადოების ნდობა:

„1. აკურატულობა ანუ სიზუსტე - ჟურნალისტი ყოველთვის ვერ უზრუნველყოფს გავრცელებული ინფორმაციის ჭეშმარიტებას, მაგრამ ფაქტების აკურატულად გაშუქება დაეხმარება მას, რომ მაქსიმალურად აირიდოს თავიდან შეცდომების ალბათობა. სიზუსტე ჟურნალისტისთვის ყოველთვის ერთ-ერთ მთავარ ღირებულებად უნდა დარჩეს.

2. დამოუკიდებლობა - თითოეული ჟურნალისტი დამოუკიდებელ ხმას უნდა წარმოადგენდეს. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ ოფიციალურად მოქმედებს ის თუ არაოფიციალურად, რომელიმე მედია ორგანიზაციას წარმოადგენს თუ მხოლოდ საკუთარ თავს, უნდა დაიცვას მაქსიმალური გამჭვირვალობა და თავიდან აირიდოს ინტერესთა ნებისმიერი კონფლიქტი.

3. სამართლიანობა - ჟურნალისტმა სამართლიანობის პრინციპით უნდა გააშუქოს ახალი ამბები, ნებისმიერი ინფორმაცია, წყაროები და მათი ისტორიები. ადეკვატურად უნდა აღწეროს კონტექსტიც და ინფორმაცია სხვადასხვა პერსპექტივიდან აცნობოს საზოგადოებას.

4. კონფიდენციალურობა - ჟურნალისტის, განსაკუთრებით კი გამომძიებელი ჟურნალისტის ერთ-ერთი უმთავრესი პასუხისმგებლობა წყაროს კონფიდენციალურობის შენარჩუნებაა, რითიც გარდა იმისა, რომ მათ უსაფრთხოებას უზრუნველყოფს, მოიპოვებს საზოგადოების ნდობას. ასეთ ჟურნალისტს მოქალაქეები მომავალშიც ენდობიან და დაეხმარებიან, რომ უფრო მეტი ინფორმაცია მოიპოვოს.

5. ჰუმანურობა - ჟურნალისტის მიერ გამოქვეყნებულმა ნებისმიერმა მასალამ შეიძლება, მოიტანოს როგორც სარგებელი, ასევე დააზარალოს ინდივიდი ან სრულიად საზოგადოება. ამიტომ ჟურნალისტმა უნდა შეინარჩუნოს ჰუმანურობა, სწორად შეაფასოს რისკები, რამდენად შეიძლება გავრცელებულმა ინფორმაციამ ავნოს ადამიანებს ან უმცირესობათა ჯგუფებს და ამის გათვალისწინებით, გააშუქოს ახალი ამბავი.

6. ანგარიშვალდებულება - ეთიკური და პროფესიონალური ჟურნალისტიკისთვის დამახასიათებელია საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულება. ე.ი. ჟურნალისტებმა უნდა მოუსმინონ აუდიტორიის შემფოთებასა და ინტერესებს. უნდა შეასწორონ შეცდომები ასეთის არსებობის ან გამოვლენის შემთხვევაში.

7. გამჭვირვალობა - გამჭვირვალობა ეხმარება ჟურნალისტებსა და ჟურნალისტიკას, შეინარჩუნონ სიმართლე და ფაქტები სწორად გააშუქონ.²²

მიუხედავად იმისა, რომ ჟურნალისტიკისთვის რთული ეპოქა დგას, არსებობს გზები, რომლებითაც ჟურნალისტებმა და სამოქალაქო ჟურნალისტებმა უნდა მოიპოვონ და შეინარჩუნონ საზოგადოების ნდობა. გარდა ამისა, მათ შეუძლიათ გავრცელებული ყალბი ახალი ამბები გადაამოწმონ, რაც შეიძლება სწრაფად და შემდეგ სწორი და დაზუსტებული ინფორმაცია მიაწოდონ თავის აუდიტორიას.

²² Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, "fake news" & disinformation, Handbook for journalism education and training*. UNESCO series on journalism education (pp.27-28)

2.6 მოტივაცია, რომელიც ამოდრავებს ყალბი ახალი ამბების გამავრცელებელს

საინტერესოა, რა მოტივაცია დგას დეზინფორმაციის, ყალბი ნიუსების, შეთქმულების თეორიების, ჭორების, პროპაგანდისა და „კლიკებზე“ ორიენტირებული „კონტენტის“ გავრცელების მიღმა, რა ამოდრავებთ ადამიანებს, რომლებსაც შეცდომაში შეჰყავთ საზოგადოება და რა ამოდრავებთ ე.წ. ტროლებს.

მაკგონალი თავის ნაშრომში, „ყალბი ახალი ამბები: ტყუილი თუ ნამდვილი შიშები“, მიუთითებს, რომ ცრუ ინფორმაციის გამავრცელებლებს ამოდრავებთ, როგორც ძალაუფლებისა და ფულის მოპოვების, ასევე გართობის სურვილი.²³ დაახლოებით, იმავეს იმეორებენ თავის ნაშრომში, „ყალბი ახალი ამბები, როგორც ორგანიზაციული ფენომენი“ ჟანა-ლაურა ეგელჰოფერი და სოფი ლეჩელერი. მათი განმარტებით, ყალბი ნიუსები იქმნება იმ განზრახვით, რომ საზოგადოება მოტყუვდეს და შეცდომაში შევიდეს. მათ მიღმა პოლიტიკური, იდეოლოგიური და ფინანსური დაინტერესება დგას, თუმცა, ამ ყველაფერთან ერთად არ უნდა გამოვრიცხოთ მიზეზი, რომ ე.წ. ტროლებს გართობის სურვილიც ამოდრავებთ. აქვე ხაზი უნდა გავუსვათ იმას, რომ ყალბი ახალი ამბების შექმნა წინასწარ განზრახვით და გამიზნულად ხდება, ხოლო მისი გავრცელება შესაძლოა, არ იყოს გამიზნული და საზოგადოება უნებურად გახდეს ამის თანამონაწილე.²⁴

ზოგიერთი მკვლევარი სხვადასხვა ტიპის „ფეიკ ნიუსის“ მიღმა, ასევე სხვადასხვა სახის მოტივაციას ხედავს და კატეგორიებად ჰყოფს მათ, მაგალითად:

„1. სატირასა და პაროდის მიღმა დგას ადამიანების მასხრად აგდების მოტივაცია, თუმცა, არ ემსახურება ვინმესთვის ზიანის მიყენებას.

²³McGonagle, T. (2017). *Fake News: False Fears or Real Concerns?* Netherlands Quarterly Of Human Rights (P. 204). DOI: 10.1177/0924051917738685

²⁴Egelhofer, L. J., & Lecheler, S. (2019). *Fake News As a Two-Dimensional Phenomenon: a framework and research agenda.* Annals of the International Communication Association (P.100). <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>

2. შეცდომაში შემყვანი (misleading) კონტენტი ცალკეულ საკითხზე ან დამოუკიდებელ პერსონაზე ადამიანების შეცდომაში შეყვანას ისახავს მიზნად.

3. თვითმარქვია (imposter) კონტენტი - როდესაც ნამდვილ წყაროებთან მიზამდით ატყუებენ აუდიტორიას. აქაც მოტივაცია საზოგადოების შეცდომაში შეყვანაა.

4. ფაბრიკაცია - ასეთ კონტენტში ყველაფერი ტყუილია. გამავრცელებლის განზრახვა კი ადამიანების შეცდომაში შეყვანაც არის და ვინმესთვის/რაიმესთვის ზიანის მიყენებაც.²⁵

მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტ ტროლებს შეიძლება გართობისა და საზოგადოების მასხრად აგდების მოტივაციაც ამომრავებდეთ, ძირითადი დაინტერესება მაინც ფინანსურია, რომლის მიღმაც პოლიტიკური და იდეოლოგიური ინტერესები დგას. მასხრად აგდების მიზნით, შეიძლება რამდენჯერმე იხუმროს ადამიანმა, მაგრამ ვერ შეძლებს ამას ინტენსიურად და ორგანიზებულად, რადგან ამას სჭირდება როგორც ფინანსური, ასევე დროითი რესურსი.

მაგალითად, როგორც კი ამერიკის შეერთებული შტატების, 2016 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები მოახლოვდა, საერთაშორისო მედია საშუალებები და რეპორტიორები უფრო და უფრო მეტ ტროლს აგნებდნენ, რომლებიც აშშ-ის არჩევნებზე ზეგავლენის მოსახდენად იყვნენ დაქირავებულნი. ასე მიაგნეს მაკედონიის, ყოფილი იუგოსლავიის რესპუბლიკის ტერიტორიაზე არსებულ ე.წ. ტროლების ქარხანას, სადაც ძირითადად თინეიჯერები იყვნენ დასაქმებულნი. ჟურნალისტური გამოძიების შედეგად დადგინდა, რომ ზოგიერთი „ტროლი“ წინასაარჩევნო, სამთვიან კამპანიაში 16 000-ზე მეტ ამერიკულ დოლარსაც კი გამოიმუშავებდა.²⁶ ეს კი საკმაოდ დიდი თანხაა. როცა ასეთი მასშტაბების ფინანსურ ანაზღაურებაზეა საუბარი, ყალბი ახალი ამბების გამავრცელებლის მოტივაცია უკვე ნაკლებად ბუნდოვანი ხდება.

²⁵Kruger, A. (2017). *Ahead of the e-Curve in fact checking and verification education: The University Of Hong Kong's Cyber News Verification Lab Leads Verification Education In Asia*. Asia Pacific Media Educator. (P. 266).

²⁶ Posetti J., & Matthews A. (2018). A short guide to the history of “fake news” and disinformation. International center for journalists. (P.8)

2.7 ყალბი ახალი ამბები და საქართველო - უკვე არსებული კვლევების მიმოხილვა

ყალბი ახალი ამბებისა და ყალბი ფეისბუქის ანგარიშების პრობლემა საქართველოშიც მწვავედ დგას, ამიტომ, ცხადია, ამ თემაზე კვლევები აქამდეც ჩატარებულა. მიმოვიხილათ NDI-ის (ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტი), მედიის განვითარების ფონდისა და ISFED-ის (სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება) მიერ ჩატარებულ რამდენიმე კვლევას, რათა საერთოდ სურათი უფრო თვალსაჩინო და გასაგები გახდეს.

„მედიის განვითარების ფონდმა“ 2019 წელს ჩაატარა კვლევა, სათაურით: „სახელისუფლებო ტროლები TBC-ის, არასამთავრობოების და მედიის წინააღმდეგ“. კვლევის ანგარიშში ორგანიზაციამ გამოავლინა ყალბი ფეისბუქ ანგარიშები, ე.წ. ტროლები, რომლებიც სხვა პიროვნებებად ასაღებდნენ თავს და ჩართულნი იყვნენ თიბისი ბანკის საწინააღმდეგოდ მიმართულ კამპანიაში.²⁷ ისინი საზოგადოებრივი აზრის შესაქმნელად, სოციალურ ქსელში ორგანიზებულად ტოვებდნენ მსგავსი მესიჯისა და შინაარსის მატარებელ კომენტარებს. „მედიის განვითარების ფონდმა“ პროფილებზე დაკვირვებისას აღმოაჩინა, რომ ისინი მმართველი პარტიისა და ბიძინა ივანიშვილის მხარდამჭერი შინაარსის პოსტებს აქვეყნებდნენ. ხოლო „ქართული ოცნების“ მიმართ კრიტიკული შინაარსის მესიჯებზე მწვავედ რეაგირებდნენ. მათი სამიზნე, თიბისი ბანკისა და მისი სამეთვალყურეო საბჭოს ყოფილი თავმჯდომარის, მამუკა ხაზარაძის გარდა, კრიტიკულად განწყობილი მედია და არასამთავრობო ორგანიზაციებიც იყო. კვლევამ გამოავლინა, რომ ყალბი პროფილები ცრუ ინფორმაციის გავრცელებაში ძირითადად ტელეკომპანია რუსთავი 2-ს ადანაშაულებდნენ და ამ კუთხით ესხმოდნენ თავს.²⁸

²⁷ ტროლების ფაბრიკა TBC-ის, არასამთავრობოების და მედიის წინააღმდეგ. (2019). მედიის განვითარების ფონდი (გვ. 2-3)

²⁸ ტროლების ფაბრიკა TBC-ის, არასამთავრობოების და მედიის წინააღმდეგ. (2019). მედიის განვითარების ფონდი (გვ. 24)

აღნიშნული კვლევის მიხედვით, მამუკა ხაზარაძის მიმართ ყალბი ექაუნთების მხრიდან ორგანიზებული შეტევის ტალღა 2019 წლის, 4 მარტს დაიწყო, როდესაც თიბისი ბანკის სამეთვალყურეო საბჭოს ყოფილმა თავმჯდომარემ განაცხადა, რომ 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებამდე მან შინაგან საქმეთა მინისტრის, გიორგი გახარიას მუქარის წერილი მიიღო.²⁹

სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოებამ 2018 წლის, საქართველოს საპრეზიდენტო არჩევნების პერიოდში სოციალური მედიის მონიტორინგი ჩაატარა და შედეგად დაასკვნა, რომ „ფეისბუქი“ საქართველოში პოლიტიკური პროცესების მნიშვნელოვან პლატფორმას წარმოადგენს. მას საკუთარი მიზნებისთვის და ინტერესებისთვის იყენებენ, როგორც ცალკეული პირები, ასევე გავლენიანი პოლიტიკური პარტიები და მხარეები. ფეისბუქის მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა 160 გვერდი, რომელთა მიზანი საპრეზიდენტო პარტიების და მიმდინარე პროცესების მიმართ ნეგატიური განწყობის შექმნა იყო. გვერდები აქტიურად დებდნენ აგრესიული შინაარსის კონტენტს და უშვებდნენ რეკლამაზე. ნეგატიური მესიჯები ვრცელდებოდა საპრეზიდენტო კანდიდატების, როგორც სალომე ზურაბიშვილის, ასევე გროგილ ვაშაძის მიმართ.³⁰

ყალბი საინფორმაციო სააგენტოს ტიპის გვერდები ამომრჩევლის დაბნევას და მათთვის სასურველი განწყობის შექმნას ცდილობდნენ. ავრცელებდნენ „ფეიკ ნიუსებს“. ორგანიზაციის ინფორმაციით არჩევნების მეორე ტურში მადისკრედიტირებელი გვერდების რაოდენობა გასამმაგდა. ხოლო შესწავლილი 160 გვერდიდან 43 შექმნილი იყო სალომე ზურაბიშვილის წინააღმდეგ, 72 - გრიგოლ ვაშაძისა და ერთიანი ნაციონალური მოძრაობის წინააღმდეგ, 8 იყო მოჩვენებით მხარდამჭერთა გვერდი, 19 - ყალბი მედიასაშუალება, ხოლო 23 - ულტრანაციონალისტური გვერდი.³¹

²⁹ ტროლეების ფაბრიკა TBC-ის, არასამთავრობოების და მედიის წინააღმდეგ. (2019). მედიის განვითარების ფონდი (გვ. 33).

³⁰ რიჟამაძე და სხვ. (2018). *სოციალური მედიის მონიტორინგი. 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები*. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება (გვ. 3-6).

³¹ რიჟამაძე და სხვ. (2018). *სოციალური მედიის მონიტორინგი. 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები*. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება (გვ. 11-12).

NDI-ის მიერ 2019 წლის აპრილში ჩატარებული კვლევის „საზოგადოების განწყობა საქართველოში“ მიხედვით, გამოკითხვის ერთ-ერთ ეტაპზე, საქართველოს სხვადასხვა კუთხის, ქალაქის თუ სოფლის მოსახლეობას გააცნეს დეზინფორმაციული მესიჯები, რომლებიც ძალიან ხშირად ვრცელდება სხვადასხვა მედიის საშუალებით და რომლებიც მიზნად ისახავს მოსახლეობის შეცდომაში შეყვანას, პოლიტიკური განწყობის შექმნას ან პოლიტიკური გეზის ცვლილებას. მიწოდებულ მესიჯზე მონაწილე პირებს უნდა ეთქვათ, სიმართლედ მიაჩნდათ ის თუ ცრუ ინფორმაციად. დებულებებზე, როგორც არის, მაგალითად, „რუსეთის ბაზარი უფრო მომგებიანია საქართველოსთვის, ვიდრე ევროკავშირის ბაზარი“, ხმები თითქმის თანაბრად გადანაწილდა. დაახლოებით, იმავე რაოდენობის ადამიანს სჯერა ამ ფაქტის, რამდენსაც არ სჯერა.³² სხვადასხვა ქალაქსა თუ სოფელში მცირე განსხვავებები ფიქსირდება, ზოგან ერთი უსწრებს, ზოგან - მეორე.

შედარებით უფრო დიდია სხვაობა შემდეგ დებულებებზე: „აშშ-ის მიერ დაფინანსებული ლუგარის ლაბორატორია საქართველოში ეპიდემიების გავრცელებას უწყობს ხელს“ და „ევროკავშირთან ინტეგრაცია საქართველოს სირიელი ლტოლვილების მიღებას ავალდებულებს“ - ამ შემთხვევებში უფრო მეტ ადამიანს სჯერა, რომ ეს დებულებები სიცრუეა³³, თუმცა, განსხვავება იმდენად მცირეა, რომ შემაშფოთებელი ნამდვილად არის. კვლევაში დაფიქსირებული რიცხვები იმაზე მეტყველებს, რომ „ფეიქ ნიუსების“ ეფექტი საქართველოში საკმაოდ დიდია. გავრცელებული დეზინფორმაცია მოქმედებს აუდიტორიაზე და მისი პოლიტიკური განწყობის შექმნაზეც, რასაც არაკეთილშობილური მიზნით იყენებენ დაინტერესებული პოლიტიკური ძალები თუ პირები. ასევე გამოკითხვის შედეგად ორგანიზაციამ დაადგინა, რომ მოსახლეობა ინფორმაციის მისაღებად ტელევიზიის შემდეგ, სწორედაც რომ ფეისბუქს იყენებს.³⁴

³² თორნტონი და თურმანიძე (2019). *საზოგადოების განწყობა საქართველოში*. ჩატარებულია NDI-ის დაკვეთით, CRRC-საქართველოს მიერ (გვ.53).

³³ თორნტონი და თურმანიძე (2019). *საზოგადოების განწყობა საქართველოში*. ჩატარებულია NDI-ის დაკვეთით, CRRC-საქართველოს მიერ (გვ.53).

³⁴ თორნტონი და თურმანიძე (2019). *საზოგადოების განწყობა საქართველოში*. ჩატარებულია NDI-ის დაკვეთით, CRRC-საქართველოს მიერ (გვ.56).

2.8 კონსტიტუციით მინიჭებული უფლება

საქართველოს კონსტიტუციის მე-17 მუხლის მიხედვით, „აზრის გამოხატვის თავისუფლება დაცულია. ყველას აქვს უფლება, მიიღოს და გაავრცელოს ინფორმაცია თავისუფლად. ცენზურა დაუშვებელია. ყველას აქვს ინტერნეტით თავისუფლად სარგებლობის უფლება. ამ უფლების შეზღუდვა მხოლოდ იმ შემთხვევაში არის შესაძლებელი, თუ საზოგადოებრივ უსაფრთხოებას, ტერიტორიულ მთლიანობას, სხვათა უფლებებს ან დემოკრატიულ პროცესებს ადგება საფრთხე.“³⁵

ამასთანავე საქართველოს კანონი „სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“ ამბობს, რომ „ყველას აქვს უფლება სასამართლოში სარჩელი შეიტანოს ცილისწამების გამო, თუმცა, მტკიცების ტვირთი მოსარჩელეს ეკისრება და თუ სათანადო არგუმენტებით ვერ დაამტკიცებს სარჩელის მიზეზს, სასამართლო სიტყვის თავისუფლების სასარგებლო გადაწყვეტილებას გამოიტანს.“³⁶

ცხადი ხდება, რომ ყალბი ინფორმაციის გავრცელების პრობლემა კანონით ვერ რეგულირდება, რადგან ზღვარი გამოხატვისა და სიტყვის თავისუფლებაზე გადის, რაც ასე მნიშვნელოვანია საქართველოსთვის და დემოკრატიული საზოგადოებისთვის.

³⁵საქართველოს კონსტიტუცია. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.

<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/30346?publication=35>

³⁶საქართველოს კანონი სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/33208?publication=6#!>

3. კონტენტ ანალიზი

3.1. ხუთი მედია საშუალების შინაარსობრივი ანალიზი და კვლევითი კითხვები

მომდევნო პარაგრაფებში, კონტენტ ანალიზის მეთოდის გამოყენებით გავანალიზებ ფეისბუქზე, 5 მედია გვერდის მიერ გავრცელებულ ტექსტებს, მათ შინაარსს, მახასიათებლებს, რა განასხვავებს ყალბ ნიუსებს და ნამდვილ ამბებს ერთმანეთისგან, ვინ რა მესიჯს ავრცელებს, რა ფორმით და რა შედეგი მოაქვს ამას. აქვს თუ არა შეტყობინებას გავლენა შეტყობინების მიმღებზე. ახერხებენ თუ არა ყალბი ამბების იდენტიფიცირებას ფეისბუქის მომხმარებლები.

საკვლევ პერიოდად შერჩეულია 2019 წლის მარტიდან მაისის ჩათვლით პერიოდი (3 თვე). ამ დროის განმავლობაში ჩატარდა ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი არჩევნები: ზუგდიდის მერის, ამიტომ დაკვირვება ორმაგად საინტერესოა.

დაკვირვების ობიექტად შერჩეულია 5 გვერდი: „ასავალ-დასავალი“, „ნაცი კლავს“, „თავისუფალი ზონა“, „ორი გვამი უნდათ“, „მიხეილ უკრაინოლოგი“.

მოვლენების გაშუქების შესასწავლად, შევიმუშავე შემდეგი ექვსი კვლევითი კითხვა:

1. რას ეხება კომუნიკაცია
2. როგორ განიხილება საგანი: პოზიტიურად თუ ნეგატიურად
3. რა ტერმინებია გამოყენებული
4. რომელ წყაროებს ეყრდნობოდნენ ყველაზე ხშირად კვლევისთვის შერჩეული მედია საშუალებები
5. რა ძირითადი აქცენტები იყო დასმული
6. რა რეაქციები და უკუგება მოდის შეტყობინების მიმღებებისგან ანუ ფეისბუქის მომხმარებლებისგან

საკითხის შესასწავლად შეირჩა ახალი ამბები, კომენტარები, განცხადებები, ვიზუალური მასალა და ინფორმაცია, რომელიც ეხებოდა საპრეზიდენტო და ზუგდიდის მერის არჩევნებს.

3.2 ასავალ-დასავალი

პირველი მედია საშუალება, რომლის ტექსტებსა და მესიჯებსაც განვიხილავ გაზეთი „ასავალ-დასავალი“. გაზეთს აქვს საკუთარი ფეისბუქის გვერდი 132 900-ზე მეტი გამომწერით. ფეისბუქის ოფიციალური მონაცემებით, საქართველოში ამ სოციალურ ქსელს 2.5 მილიონამდე აქტიური მომხმარებელი იყენებს (იგულისხმება 18 წელს ზემოთ).³⁷ 132 900 გამომწერი³⁸ ამ რაოდენობის 5.32 %-ია, რაც სრულიად საკმარისია, მაგალითად, იმისთვის, რომ არჩევნებზე რომელიმე პარტია პარლამენტში შევიდეს. სწორედ ამიტომ, ჩავთვალე მნიშვნელოვნად „ასავალ-დასავალის“ გვერდის კონტენტ ანალიზი. საინტერესოა, რა გავლენა აქვს გვერდს საკუთარ მომხმარებლებსა თუ გამომწერებზე და რა მესიჯებს აწვდის მათ.

გვერდის ანალიზისას გაირკვა, რომ ზუგდიდის მერობის ერთ-ერთი კანდიდატის, სანდრა რულოვსის მიმართ ნეგატიური კონტენტის გავრცელების სიხშირემ, არჩევნების მოახლოვებასთან ერთად, მარტის შუა რიცხვებიდან იმატა. 25 მარტს გვერდზე გაზიარებულია გაზეთ „ასავალ-დასავალის“, მარტის მე-12 ნომრის პირველი გვერდი, სადაც დიდი ასოებით წერია: „არ გაიკაროთ, იმის ცოლია!!!“. ამავე გვერდზე ჩანს სანდრა რულოვსის ფოტოები და კიდევ რამდენიმე წარწერა: „ზუგდიდო, არ ქნა“, „სანდრა რულოვსის მერად არჩევა ზუგდიდისა და მთელი სამეგრელოს მორალური გაუპატიურების ტოლფასი იქნება“, „თუ რულოვსი ზუგდიდში არჩევნებს მოიგებს, ნაცმოდრაობა 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნებშიც გაიმარჯვებს“. „ასავალ-დასავალი“ სანდრა რულოვსს აიგივებს საქართველოს ყოფილ პრეზიდენტ, მიხეილ სააკაშვილთან და მანიპულირებს ხალხის ნეგატიური განწყობით ამ პიროვნების მიმართ. გვერდი ცდილობს, სააკაშვილის მიმართ ნეგატიური დამოკიდებულება განავრცოს მის

³⁷ business.facebook.com/ads/audience-insights

³⁸ გაზეთი „ასავალ-დასავალი“: <https://www.facebook.com/asavali.ge/>

მეუღლეზე. არ აძლევს ამომრჩეველს საშუალებას, აღიქვას ეს კანდიდატი, როგორც ინდივიდი და მოიხსენიებს მთლიანობაში, ნაციონალურ მოძრაობასთან და სააკაშვილთან გაერთიანებით. სხვადასხვა კონტენტის ტიპით (ვიდეო, ფოტომანიპულაცია და სხვ.) მოუწოდებს მომხმარებელს, არ დაუჭირონ მხარი სანდრა რულოვსს, რადგან სააკაშვილის ცოლია. როდესაც საზოგადოება მერს ირჩევს, ხმას აძლევს არა პარტიას, არამედ ცალკეულ პიროვნებას. თუმცა, ეს სრულიად დაიგნორებულია „ასავალ-დასავალის“ საინფორმაციო ამბებში, სადაც სანდრა რულოვსს პარტია „ნაციონალური მოძრაობის“ კონტექსტში მოიხსენიებენ. ასეთი ტიპის ამბები ჯდება „ფეიკ ნიუსის“ კატეგორიაში, რომელიც შეიცავს სიმართლის ელემენტებს, მაგრამ არ არის 100 %-ით აკურატული. ანუ ნაწილობრივი სიმართლით ხდება საზოგადოებაზე მანიპულირება. მყვირალა სათაურებით ცდილობს ყურადღების მიქცევას, ემსახურება კონკრეტული პიროვნების დისკრედიტაციას და რეპუტაციის შელახვას. თამაშობს მკითხველის ემოციებზე, შეიცავს პროპაგანდისტულ ელემენტებს და ცდილობს შექმნას ის პოლიტიკური დღის წესრიგი, რომელიც მის ინტერესებში შედის.

გაზეთის ფეისბუქ გვერდი ხშირად აზიარებს და ეყრდნობა კონტენტს ისეთი გვერდებიდან, რომლებიც იდეურად ახლოს დგანან მასთან, მაგალითად, POSTTV, Imedinews.ge და სხვ. ასევე გაუგებარი წარმომავლობის, ახლადშექმნილი გვერდებისგან, როგორც არის, მაგალითად, „ნაცი კლავს“ ან აზიარებს ცალკეული პირების მიერ გავრცელებულ კონტენტს, მაგალითად, ვინმე გიორგი გიგაურისგან. ამ პიროვნების პირად პროფილზე გადასვლით ირკვევა, რომ გიგაური არის „ქართული მარშის“ წევრი (რადიკალური მემარჯვენე სახალხო ორგანიზაცია საქართველოში).

10 აპრილს, „ასავალ-დასავალი“ ფეისბუქ გვერდიდან, „ნაცი კლავს“ აზიარებს ამონარიდს სანდრა რულოვსის წიგნიდან და ასათაურებს ამ სიტყვებით: „სანდრა რულოვსმა აღიარა, რომ ზვიად გამსახურდიას ბანდიტი უწოდა“. ამ შემთხვევაშიც ნაწილობრივი სიმართლით ხდება საზოგადოებაზე მანიპულირება. ასეთი ფრაზა, მართლაც, უწერია რულოვსს ავტობიოგრაფიულ წიგნში, მაგრამ ეს არ არის ისტორიული, სამეცნიერო ნაშრომი და არც აქვს ამაზე პრეტენზია. ანუ წიგნში არაზუსტი, სუბიექტური მოსაზრებები შეიძლება ეწეროს, რადგან, როგორც უკვე ითქვა, ავტობიოგრაფიულია. ამ

პოსტზე მომხმარებლის „ფიდბეკი“ საკმაოდ აგრესიულია. პოსტს აქვს 133 კომენტარი და ყველა მათგანი ნეგატიურია, რაც იმის ეჭვს ბადებს, რომ გაზეთის ფეისბუქ ადმინისტრაციის მხრიდან კომენტარების გაფილტვრა ხდება და რჩება მხოლოდ ნეგატიური შინაარსის კომენტარები, განსხვავებული მოსაზრებები კი იშლება. კომენტარებში ხალხი გამოხატავს აგრესიას, აზრს აფიქსირებენ უცენზურო სიტყვებით. რულოვსს მოიხსენიებენ გადამითიელად და სხვა ქსენოფობიური ტერმინებით. ყველა კომენტარის ავტორი ბრმად იღებს პოსტის შინაარსს, არ აყენებს ეჭვის ქვეშ, არ სვამს კითხვებს და არ განსჯის კრიტიკულად. პოსტს აქვს 55 საჯარო გაზიარება და არც ერთ მათგანში არ ფიქსირდება კრიტიკული აზრი პოსტის შინაარსის მიმართ.

26 აპრილს, გაზეთს ფეისბუქის გვერდზე გამოქვეყნებული აქვს აპრილის მე-17 ნომრის პირველი გვერდი. ერთ-ერთ ფოტოზე, რომელიც ამ გვერდზეა განთავსებული, დაფიქსირებულია სანდრა რულოვსი და დიდი, წითელი ასოებით აწერია: „სანდრა-მფატრავი - სააკაშვილ-რულოვსის რეჟიმის უკანონო პატიმარი, ვიცე-პოლკოვნიკი ქეთევან ძარნაძე ამხელს!“.

13 მაისს გაზეთის მიერ გამოქვეყნებულ პირველ გვერდზე გვხვდება წარწერა: „19 მაისს ზუგდიდმა მთელი საქართველო უნდა გადაარჩინოს.“, „ფრთხილად, არ გაგფატრონ!“, „ზუგდიდელებო, შემთხვევით, ხელი არ წაგიცდეთ და რულოვსი არ შემოხაზოთ.“, „რა კავშირი აქვს ბავშვების ვაჭრობის ბრალდებით ზუგდიდში დაკავებულ იულია სუსლიაკს ზუგდიდის მერობის კანდიდატ, სანდრა რულოვსთან“. - გაზეთის მიერ გავცელებულ ამბებში მანიპულირება ხდება ცნობილი, „სანდრა რულოვსისა და ორგანოებით ვაჭრობის“ თემით. წლებია, ვრცელდება ინფორმაცია, რომ პოლიტიკოსი ადამიანის ორგანოებით უკანონოდ ვაჭრობს. ეს ინფორმაცია არ არის გამყარებული ფაქტებით და არ მტკიცდება მისი სიმართლე. გონივრული ეჭვის შემთხვევაში, პროკურატურა აქამდე ბევრჯერ აღძრავდა საქმეს. მიუხედავად იმისა, რომ ამ ამბის სიმართლე არანაირად არ დასტურდება, ბევრი მედია საშუალება, სანდრა რულოვსის დისკრედიტაციის მიზნით, წლებია, სტაბილურად ავრცელებს ამ ყალბ ინფორმაციას. ზუგდიდის მერის არჩევნების წინ კი ეს თემა მედიაში კვლავ აქტუალური გახდა. 13 მაისის პოსტის კომენტარებში

ფეისბუქი მიგვითითებს, რომ ზოგიერთი კომენტარი გაფილტრულია. სავარაუდოდ, გაზეთის ადმინისტრაციამ ნეგატიური შინაარსის „ვიდბეჭი“ აქაც წაშალა.

14 მაისს, „ასავალ-დასავალი“ აზიარებს სანდრა რულოვსის ვიდეოს გვერდიდან „ნაცი კლავს“ , სათაურით: „ნაციონალი ძონძი ქმრის ენაზე ალაპარაკდა!“. ვიდეოში ჩანს, რომ სანდრა უცნობ პიროვნებას მიმართავს შემდეგი სიტყვებით: „ჩემი ქმარი გეტყვით, რა იქნება თქვენი სასჯელი“. ვიდეოში არ ჩანს სიტუაციის სრული კონტექსტი. რა უთხრა მანამდე უცნობმა პიროვნებამ სანდრა რულოვსს, მიაყენა თუ არა შეურაცხყოფა, რა თემაზე მიდიოდა კამათი. ისმის მხოლოდ პოლიტიკოსის სიტყვები. პოსტს აქვს 116 კომენტარი, საიდანაც უმეტესობა რულოვსის მიმართ შეურაცხმყოფელია.

14 მაისს, ამავე გვერდიდან „ასავალ-დასავალი“ აზიარებს 7 ნოემბრის დარბევის კადრებს. ვიდეოში კი ჩნდება წარწერა: „სანდრა სანდრა?“. რულოვსის გაიგივება ხდება ნაციონალური მოძრაობის პოლიტიკასთან და 7 ნოემბრის დარბევასთან.

15 მაისს, „ასავალ-დასავალი“ აზიარებს საინფორმაციო ვებგვერდის: KVIRA.GE-ის სტატიას სათაურით: „სანდრამ იმ მიწებზე დამიწყო ჩხუბი, რომელიც მისმა მეუღლემ გაყიდა ინდოელებზე“. მკითხველის მანიპულირება ხდება მყვირალა, ქსენოფობიისკენ მიდრეკილი სათაურით, ფსევდოპატრიოტული მოტივებით, რომ თითქოს მიწების მიყიდვა ინდოელებისთვის ცალსახად ცუდია. არ არის გათვალისწინებული კონტექსტი, არ არის მოყვანილი სტატისტიკა, სტატია არ არის გამყარებული ფაქტებით. პოსტს აქვს 60 კომენტარი და რულოვსის მიმართ ყველა ნეგატიურია.

ამავე დღეს არის ვიდეო გაზიარებული, სადაც სააკაშვილი და რულოვსი ჩანან. „ასავალ-დასავალმა“ პოსტს სათაურიც დაურთო: „ძონძი რულოვსი და ბონძი სააკაშვილი ზვიადს ბანდიტს უწოდებენ“.

17 მაისს, გვერდი აზიარებს Palitravideo.ge-ის ვიდეოს სათაურით: „სანდრა რულოვსი ნანუკას შოუში ატირდა - ყოფილი პირველი ლედის ემოციური მონაყოლი დედაზე“. გაზიარებულ პოსტს კი ასავალ-დასავალმა საკუთარი სათაური დაურთო: დედა ჩაუბარებია სააკაშვილის ცოლს დაწესებულებაში და ქართველებს რატომ დაგვინდობს?“. ვიდეოში რულოვსი ყვება, რომ დედა დაწესებულებაში მკურნალობს, რადგან

ალცჰაიმერის დაავადება აქვს, გაზეთმა კი ამ თემით საზოგადოების ემოციებით მანიპულირება სცადა. დაწესებულებაში მკურნალობა აპრობირებული მეთოდია ისეთი მძიმე დაავადებების დროს, როგორც ალცჰაიმერია. და ადამიანები იქ უფრო ღირსეულ და პროფესიონალურ მომსახურებას იღებენ, ვიდრე შეძლებდნენ ოჯახის წევრები. ვიდეოს 92 კომენტარი აქვს და ყველა მათგანი ნეგატიური და რულოვსის მიმართ შეურაცხმყოფელია. ვიზუალური მასალის სანახავად იხილეთ დანართი #2, გვ.76.

18 მაისს, გაზეთი „ასავალ-დასავალი“ ახლად შექმნილი ვებგვერდიდან „2020news.ge“ აზიარებს სტატიას მყვირალა სათაურით: „2009 წელს, სანდრა რულოვსმა ჰოლანდიაში საქართველოს სახელით ფალოსი გამოფინა“. სტატიაზე გადასულები ვკითხულობთ, რომ ვინმე ჟურნალისტი, ჯღარკავა 2009 წლის ჰოლანდიის გამოფენას იხსენებს, სადაც მისი თქმით, სანდრა რულოვსმა ფალოსი გამოფინა. სტატიას არ ერთვის არც ვიზუალური მასალა და არც სხვა დოკუმენტი, რომელიც დაადასტურებს, რომ ეს ნამდვილად ასე იყო. გამოდის, რომ მკითხველი ვინმე ჯღარკავას სიტყვას უნდა ენდოს.

არსებობს მრავალი უცხოური კვლევა, რომელიც ადასტურებს, რომ ადამიანების დიდი ნაწილი სტატიის შინაარსს მისი სათაურიდან იგებს, ხოლო ვებგვერდზე მის სრულად წასაკითხად არც კი გადადის.³⁹ სავარაუდოდ, სწორედ ამ მიზანს ემსახურებოდა 18 მაისის სტატიის გაზიარებაც.

18 მაისს, „ასავალ-დასავალი“ აზიარებს ფოტომანიპულაციას, სადაც სანდრა რულოვსის ტანს ადგას მეგის ქარდავას თავი. დიდად კი აწერია: „მეგის ქარდავა ზუგდიდის მერად“, ზურგიდიდან იწყება საქართველოს დამარცხება“. ფოტოს 11 კომენტარი აქვს და მხოლოდ ერთია საწინააღმდეგო აზრის მატარებელი.

„ასავალ-დასავალს“ სანდრა რულოვსის მიმართ ნეგატიური პოსტების დადება არც არჩევნების პერიოდში შეუწყვეტია და არც მას შემდეგ. გაზეთის 20 მაისის ნომერიც სწორედ პოლიტიკოსს ეძღვნება: „ჰკა მაგათ ანუ მოხეულ მიხუილის თავი“, „გაწმინდეთ ამ ნაგვისგან საქართველოდ. დროულად გადაარჩინეთ ის ხალხი, ვინც ნაცსეექტამ

³⁹Jayson Demers. *59 % of you will share this article without even reading it.* (2016). Forbes.

შეცდომაში შეიყვანა და გული აუჩუყა სანდრას მეგრული ჟღერტულითა თუ მიშას ზვიადისტობით“, „დედა ჩააბარა და ზუგდიდსაც ჩააბარებდა“.

შეჯამებისთვის, მარტის შუა რიცხვებიდან „ასავალ-დასავალი“ ზუგდიდის მერის წინასაარჩევნო კამპანიაში აქტიურად ჩაერთო და ერთ-ერთი კანდიდატის, სანდრა რულოვსის მიმართ მიზანმიმართულად ავრცელებდა ცრუ და შეურაცხმყოფელ ინფორმაციას. პოლიტიკოსის მიმართ ხშირად იყო გამოყენებული ვულგარული ტერმინები, როგორცაა: ძონძი, ნაცბანდა, სააკაშვილის ცოლი, სანდრა-მფატრავი და სხვ. პირდაპირ ხდებოდა ამომრჩევლის მოწოდება, არ დაეჭირათ მხარი სანდრა რულოვსისთვის. ამ ყველაფრის ფონზე კი არც ერთი ნეგატიური ან კრიტიკული სიტყვა არ თქმულა მის ოპონენტზე, პარტია „ქართული ოცნების“ წევრ, გეგა შენგელიაზე. აქცენტი კეთდებოდა, რომ სანდრა სააკაშვილის ცოლი და ნაციონალების წარმომადგენელი იყო, ამიტომ მათ მიმართ არსებული ნეგატივი ამ კანდიდატზეც უნდა გავრცელებულიყო. პოლიტიკოსის მიმართ არსებულ დამოკიდებულებაში ჩანდა ქსენოფობიური მოტივებიც, რომ ის „გადამთიელი“ იყო და აქ არაფერი ესაქმებოდა.

გაზეთი ეყრდნობოდა ისეთ წყაროებსა და ფეისბუქ გვერდებს, როგორც არის, „მიხეილ უკრაინოლოგი“⁴⁰, „ნაცი კლავს“⁴¹ (ამ გვერდის დათვალიერების შემდეგ, მკითხველი ხვდება, რომ ის შექმნილია რულოვსის ანტიკამპანიის საწარმოებლად), ვებგვერდი „2020news.ge“, ცალკეული პიროვნებები, რომლებიც ფაქტების დართვის გარეშე ავრცელებდნენ ცილიმწამებლურ განცხადებებს.

მარტის შუა რიცხვებიდან მაისის ბოლომდე, რულოვსი მიხეილ სააკაშვილის ცოლად 9-ჯერ არის მოხსენიებული, ნაციონალური მოძრაობის დანაშაულებებთან გაიგივებულია 6-ჯერ, ზვიად გამსახურდიასთვის შეურაცხყოფის მიყენებასთან - 3-ჯერ, ორგანოებით ვაჭრობის კონტექსტში მოხსენიებულია - 2-ჯერ, ბავშვებით ვაჭრობის კონტექსტში - ერთხელ, მანიპულირება სანდრას დედის თემით, რომელიც ალცჰაიმერით არის დაავადებული და დაწესებულებაში მკურნალობს, დაფიქსირდა 3-ჯერ. გვერდის

⁴⁰ფეისბუქის გვერდი „მიხეილ უკრაინოლოგი“: <https://www.facebook.com/mikheilukrainologi/>

⁴¹ფეისბუქის გვერდი „ნაცი კლავს“: <https://www.facebook.com/Naciaklavs/>

მხრიდან მოწოდება, რომ არ აერჩიათ რულოვსი, გაჟღერდა 5 პოსტში. კომენტარების დიდი ნაწილი არ არის კრიტიკული და არ შეიცავს განსხვავებულ მოსაზრებას. „ასავალ-დასავალის“ მკითხველი ბრმად იღებს გაზეთის მიერ შეთავაზებულ ინფორმაციას, არ აყენებს ეჭვქვეშ და დიდ აგრესიას გამოხატავს რულოვსის მიმართ. მრავლობს შეურაცხმყოფელი, დისკრიმინაციული და ქსენოფობიური შეფასებები, ასევე მუქარის შემცველი მესიჯები.

გრაფიკული სქემის გასაცნობად იხილეთ დანართი #3, გვ.80.

3.3 თავისუფალი ზონა

მომდევნო გვერდი, რომლის განხილვასაც ვაპირებ, „თავისუფალი ზონა“⁴², რომელიც ცნობილია, როგორც არასამთავრობო ორგანიზაცია, თუმცა, აქვს საინფორმაციო გვერდიც და აქტიურად ავრცელებს ახალ ამბებსაც. გვერდის დათვალიერებისას, აშკარად გამოიკვეთა, რომ „თავისუფალი ზონა“ მკვეთრად ოპოზიციურ განწყობაშია არსებულ სახელისუფლებო პარტიასთან. დაკვირვებისთვის საინტერესო ობიექტად მივიჩნიე, რადგან ზუგდიდის წინასაარჩევნო კამპანიაში აქტიურად და მიკერძოებულად უჭერდა მხარს სანდრა რულოვსს და მას დადებითად აშუქებდა. საინტერესო იყო, რა განწყობით გამოირჩეოდნენ გვერდის წარმომადგენლები სანდრას ოპონენტის, გიორგი (გეგა) შენგელიას მიმართ. თუმცა, მარტიდან მაისის ბოლომდე ამ უკანასკნელზე არანაირი ინფორმაცია არ იდო, არც დადებითი, არც ნეგატიური, არც ყალბი. თუმცა, სანდრა რულოვსი ყოველდღიურ რეჟიმში, დადებით კონტექსტში შუქდებოდა.

3.4 ნაცი კლავს

მომდევნო გვერდი, რომელმაც კვლევის პროცესში ყურადღება მიიქცია, არის „ნაცი კლავს“⁴³. ფეისბუქ გვერდის დათვალიერებისას აშკარად შეატყობთ, რომ ის სახელდახელოდ, სანდრა რულოვსის დისკრედიტაციის მიზნით შეიქმნა. აღწერა, პროფილისა და ქავერის ფოტოებიც კი პოლიტიკოსს ეძღვნება. პროფილის ფოტოზე

⁴²ფეისბუქის გვერდი „თავისუფალი ზონა“: <https://www.facebook.com/tzona.org/>

⁴³ფეისბუქის გვერდი „ნაცი კლავს“: <https://www.facebook.com/Naciaklavs/>

სანდრა რულოვსი ადამიანის ორგანოებთან ერთად არის გამოსახული, რაც ისევ გავრცელებულ ჭორს, რულოვსის მიერ ორგანოებით ვაჭრობის თემა ეხმიანება. პლატფორმას 3000-მდე გამომწერი ჰყავს, რაც არ არის მცირე რიცხვი.

ზუგდიდის მერის წინასაარჩევნო, პერიოდში ზემოთ აღნიშნულ გვერდზე სანდრა რულოვსის შესახებ პოსტები ყოველდღიურად, დიდი ინტენსივობით იდებოდა. 19 მარტს, გვერდმა გამოაქვეყნა ინფორმაცია, რომ თითქოსდა, მასმედიაში გავრცელდა ცნობა უკრაინაში ადამიანის ორგანოებით ვაჭრობის შესახებ, რომელსაც სანდრა რულოვსი ხემდღვანელობდა. წყაროდ მოყვანილია უკრაინის უშიშროების სამსახურის, ყოფილი თანამშრომლის სიტყვები (არც ვინაობაა გამხელილი, არც ფოტო აქვს თან დართული), რომელიც იხსენებს, რომ ვინმე ჰოლანდიელი მედიკოსი დაჭრილ ჯარისკაცებს ნებართვის გარეშე აჭრიდა ორგანოებს. ამ თემაზე კი ხშირად საუბრობდა ტელეფონზე და როცა სატელეფონო საუბრით აჩქარებდნენ სამუშაო პროცესს, მედიკოსი პასუხობდა: „ვეცდები, სანდრაო“. უშიშროების თანამშრომელი ამბობს, რომ მან დაადგინა, რომ სატელეფონო ხაზზე სანდრა რულოვსი იყო, მიხეილ სააკაშვილის ცოლი. თუმცა, არ განმარტავს, რა წყაროებით დაადგინა, არც მტკიცებულებები აქვს მოყვანილი. ტექსტში ისიც არის ნათქვამი, რომ როდესაც სანდრას ორგანოები „არ ჰყოფნიდა“, ჯანმრთელ ადამიანებს და ბავშვებსაც აჭრიდა, რომლებიც შემდეგ ამის გამო იხოცებოდნენ. პოსტს ერთი კომენტარი აქვს, რომელშიც საშუალო ასაკის ქალი წერს, რომ ეს საშინელებები აქამდეც იცოდა და სანდრას მიმართავს, რომ ის ადამიანი კი არა, ურჩხულია და ღირსია, ხალხმა ლინჩის წესით გაასამართლოს (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის იხილეთ დანართი #2, გვ.77).

იმავე დღეს, 19 მარტს, გვერდი ვრცელ პოსტს უძღვნის რულოვსის მიერ პატიმრების ძალით დაავადების თემას. ტექსტის მიხედვით, 2010 წელს, ადგილი ჰქონდა „სიკვდილის ექსპორტს“, როდესაც პატიმრებს ძალით აავადებდნენ, არაადამიანურად ეპყრობოდნენ და ეს დეტალურად ასახულია ანგარიშში, თუმცა, რა ანგარიშშია ასახული, ამას ცხადია, გვერდი არ აკონკრეტებს. სანდრას ამ პოსტში წყვილია დედოფალსაც უწოდებენ, რომელიც ადამიანის გვამებზე და ძვლებზე დადიოდა. პოლიტიკოსს უწმაწური სიტყვებით, დამამცირებლად და უცენზუროდ მოიხსენიებენ. აქვე ახსენებენ იმასაც, რომ

მას ქმარი ხშირად დალატობდა. მოჰყავთ სტატისტიკაც (წყარო ისევ უცნობია), რომ სანდრას გააქტიურების შემდეგ ციხეებში ტუბერკულოზის შემთხვევებმა რადიკალურად იმატა. მეტი დამაჯერებლობისთვის, გვერდი უთითებს წლებს და რიცხვებსაც. მათი თქმით, ამ ყველაფრის კოორდინატორი, მსახიობი თინა მახარაძე იყო.

თითოეულ ასეთ პოსტს „ნაცი კლავს“ საკმაოდ მძიმე, ძალადობის შემცველ ფოტომასალას ურთავს, რომელთა წარმომავლობაც ძნელი დასადგენია.

19 მარტს, გვერდი აქვეყნებს ადამიანის გაკვეთის ფოტოებს (ვიზუალური მასალის წარმომავლობა გაუგებარია) და სათაურად ურთავს შემდეგ ტექსტს: „ზუგდიდი არ დაუშვებს ორგანოებით მოვაჭრეს ზუგდიდის მერობის კანდიდატად“.

იმავე დღეს, გვერდი აზიარებს სტატიას, სათაურით: „შემზარავი ფაქტები სანდრა რულოვსის დანაშაულებრივი ქმედებების შესახებ“. სტატია წამოღებულია ვებგვერდიდან: „Tiflisnews.ge“, რომელზე გადასვლის შემდეგაც ვიგებთ, რომ ვებგვერდი აღარ არსებობს (იხილეთ დანართი #2, გვ.77).

გაუქმებული ვებგვერდი ბადებს ეჭვს, რომ ის დროებით იყო შექმნილი ყალბი ახალი ამბების გასავრცელებლად, ხოლო როცა მისი საჭიროება გაქრა, ვებგვერდიც გააუქმეს. მიუხედავად ამისა, სტატიამ მაინც მოასწრო აუდიტორიაზე მოქმედება. პოსტს ექვსი კომენტარი აქვს და ყველა ნეგატიურია. მომხმარებლები სანდრასა და მიხეილ სააკაშვილის პასუხისგებაში მიცემას მოითხოვენ და ამბობენ, რომ ყველამ უნდა დაინახოს მათი რეალური სახე. ერთ-ერთი ქალი წერს, რომ პოსტის კითხვისას ცუდად გახდა და სვამს შეკითხვას, სიმართლეა თუ არა ეს ყველაფერი.

21 მარტს, გვერდს „ნაცი კლავს“ სანდრა რულოვსის დისკრედიტაციისთვის ახალი თემა შემოაქვს: ნაციონალური მოძრაობის შიდა დაპირისპირება და განხეთქილება პარტიის ერთ-ერთ ლიდერთან, ნიკა მელიასთან. 22 მარტის პოსტში, გვერდი სანდრას ისევ მფატრავ ქალბატონად მოიხსენიებს. ექვსი კომენტარიდან კი მხოლოდ ერთია კრიტიკული.

22 მარტს, გვერდს სანდრა რულოვსის ბიოგრაფიული წიგნიდან მოჰყავს ციტატა, სადაც ის თითქოს „შეურაცხყოფას აყენებს“ ზვიად გამსახურდიას. პოსტს ცამეტი კომენტარი აქვს და მხოლოდ ერთია კრიტიკული. ეს ამონარიდი გვერდზე კიდევ არაერთხელ მეორდება: „ქალს, რომელიც ზვიად გამსახურდიას ბანდიტად მოიხსენიებდა, ზუგდიდის მერობა სურს“. პოსტს 141 გაზიარება აქვს, რაც იმაზე მეტყველებს, რომ ეს უკანასკნელი რეკლამაზე იყო გაშვებული (ბუნებრივად ამდენი ადამიანი არ ნახულობს ასეთი მცირე მასშტაბის გვერდს). გაზიარებებიდან მხოლოდ ერთია კრიტიკული შინაარსის, დანარჩენი მომხმარებლები კი პოლიტიკოსს შეურაცხყოფას აყენებენ, უცენზურად მოიხსენიებენ და ჰოლანდიაში დაბრუნებას მოუწოდებენ. ცხრა კომენტარიდან კი ყველა ნეგატიურია.

23 მარტს, დადებულ პოსტში სანდრა რულოვსზე გვერდი წერს: „2009 წლის, 24 იანვარს, ჰოლანდიაში გამართულ გამოფენაზე, სანდრა რულოვსმა საქართველოს სახელით ფალოსი გამოფინა“. თანდართულია ვიდეო, სადაც სანდრა საუბრობს ერთ-ერთ ჰოლანდიურ გადაცემაში და ფონად ფალოსის ფოტოა, თუმცა, ვიდეო იმდენად დაჩეხილი და კონტექსტს ამოგლეჯილია, რომ არ ჩანს ეს რეალური მასალაა, ვიდეომანიპულაცია თუ უკონტექსტო მასალა, საიდანაც სრული სურათის დანახვა რთულია.

“ნაცი კლავს“ ინტენსიურად იმეორებს, რომ ზუგდიდში აუცილებლად ზუგდიდელმა უნდა გაიმარჯვოს და არა ჰოლანდიელმა. 25 მარტს, გვერდი ისევ წინ წევს ნაციონალურ მოძრაობაში სანდრას ნიკა მელიასთან დაპირისპირების თემას.

2 აპრილს, ყალბი ინფორმაციის გამავრცელებელ გვერდს კიდევ ერთხელ აქვს დადებული ამონარიდი სანდრა რულოვსის წიგნიდან, სადაც ის ზვიად გამსახურდიაზე საუბრობს. აუდიტორიაზე წვდომის მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, პოსტი ამჯერადაც რეკლამაზე იყო გაშვებული. ამბავს აქვს 70 კომენტარი, რომელთაგან მხოლოდ სამია პოსტის მიმართ კრიტიკული, მომხმარებლების დანარჩენი ნაწილი კი სანდრას მიმართ დიდი აგრესიულობით გამოირჩევა (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის იხილეთ დანართი #2, გვ. 77).

პოსტს აქვს 269 გაზიარება (საჯარო გაზიარებებში ჩანს, რომ ფეისბუქის მომხმარებლები რულოვსის მიმართ მკაფიოდ ნეგატიური განწყობით გამოირჩევიან).

6 აპრილს, გვერდს იმავე შინაარსის პოსტი აქვს რეკლამაზე გაშვებული. 193 კომენტარიდან და 486 გაზიარებიდან მხოლოდ რამდენიმეა ამბის შინაარსის მიმართ კრიტიკულად განწყობილი.

11 აპრილს, გვერდი სანდრა რულოვსის დეკლარირებულ ქონებას აქვეყნებს და თან ურთავს აღწერას, რომ ეს ყველაფერი ხალხის მიერ მოპარული ფულით არის შეძენილი. პოსტს თან არ ახლავს დამადასტურებელი დოკუმენტები, რომლებიც ამ მოსაზრებას გაამყარებს. ამავე დღეს გვერდი აცოცხლებს პატიმრების წამების თემას.

16 აპრილს, „ნაცი კლავს“ აქვეყნებს სანდრა რულოვსის ვიდეოს, სათაურით „სანდრამ ზუგდიდი ტყეს შეადარა“. ვიდეოს შინაარსი შემდეგია: პოლიტიკოსი ჟურნალისტს პასუხობს, რომ რაღაც პრობლემების წინაშე დგას, დასდევენ (მოწინააღმდეგეები) კამპანიის წარმოებისას, თუმცა, აქვე იშველიებს ანდაზას, რომ „მგლის არ უნდა შეგეშინდეს, როცა ტყეში მიდიხარ“. გვერდის ადმინისტრატორებმა სწორედ ეს ფრაზა გამოიყენეს რულოვსის წინააღმდეგ და ზუგდიდელი აუდიტორია კიდევ ერთხელ განაწყვეს ნეგატიურად. ანდაზა სინამდვილის განზოგადებაა და არა სინამდვილე, ამიტომ პოლიტიკოსის წინააღმდეგ ანდაზის გამოყენება ირაციონალურია. მიუხედავად ამისა, პოსტის მიზანმა გაამართლა. 28 გაზიარებიდან და 36 კომენტარიდან ყველა ნეგატიურია.

მაისში, უშუალოდ არჩევნების წინა პერიოდში, გვერდი „ნაცი კლავს“ მეტად აგრესიულ შეტევაზე გადადის და მალხაზ მაჩალიკაშვილისა და მისი შვილი ფოტოს აქვეყნებს წარწერით: „ტერორისტები“, პოსტს კი აღწერას ურთავს, რომ რამდენიმე დღის წინ მაჩალიკაშვილი სანდრა რულოვსის საარჩევნო კამპანიის ფარგლებში ზუგდიდში იყო და ხალხს ხვდებოდა. 9 მაისს გვერდი დებს სანაგვე ყუთის ფოტოს, რომელზეც რულოვსის პლაკატია გაკრულია.

15 მაისს, გვერდი ააქტიურებს სანდრასა და ორგანოების ვაჭრობის თემას და პოლიტიკოსის გაშარჟებულ საარჩევნო პლაკატს დებს, სადაც თითოეული ორგანოს ღირებულებაა მითითებული (ვიზუალური მასალა იხილეთ დანართ #2-ში, გვ.78-ზე).

შეჯამებისთვის: გვერდი „ნაცი კლავს“ 2019 წლის 18 მაისს აქვეყნებს ბოლო პოსტს და ამის შემდეგ წყვეტს ფუნქციონირებას, რაც იმას ნიშნავს, რომ ამ გვერდის მიზანი მთლიანად სანდრა რულოვსის დისკრედიტაცია იყო და სხვა მიზანს არ ემსახურებოდა. მარტის შუა რიცხვებიდან ყოველდღიურ რეჟიმში, დიდი ინტენსივობით (დღეში 3-5 პოსტი) იდებოდა პოლიტიკოსის საწინააღმდეგო პოსტები და „ფეიკ ნიუსები“ (დამამტკიცებელი დოკუმენტებისა და არგუმენტების გარეშე). რულოვსის მიმართ გამოიყენებოდა უცენზურო და შეურაცხმყოფელი ტერმინები, როგორცაა, „წუწკი ჰოლანდიელი“, „წყვდიადის დედოფალი“, „სანდრა მფატრავი“ და ა.შ. პოლიტიკოსის მიმართ არსებულ დამოკიდებულებაში ჩანდა ქსენოფობიური მოტივებიც და ნეგატიურ კონტექსტში ხაზგასმა მის ჰოლანდიელობაზე.

გაზეთი ეყრდნობოდა ისეთ წყაროებსა და ფეისბუქ გვერდებს, როგორც არის, „Tiflisnews.ge“ (რომელიც ამჟამად აღარ არსებობს და გაუქმებულია), ასევე „ორი გვამი მინდა“, რომელიც ასევე პარტია ნაციონალური მოძრაობის საწინააღმდეგო კამპანიაშია ჩართული.

გვერდი აუდიტორიის ნეგატიური განწყობის გამწვავებას ცდილობს სანდრა რულოვსის გაიგივებას ე.წ. ნაციონალური მოძრაობის ძალადობრივ რეჟიმთან, დარბევებთან და მის ქმართან, მიხეილ სააკაშვილთან. ძირითად აქცენტებსაც სწორედ ამაზე აკეთებს. „ნაცი კლავს“ პოლიტიკოსის პიროვნულად დამცირებასაც ცდილობს და რამდენჯერმე ახსენებს, რომ სააკაშვილი მას ღალატობდა და „საკუთარ ოჯახსაც არ უნდა ეს ქალი“.

2019 წლის მარტიდან მაისის ბოლომდე, რულოვსი ნაციონალური მოძრაობის ძალადობრივ რეჟიმთან დაკავშირებულია 33-ჯერ, სააკაშვილის ცოლად ნეგატიურ კონტექსტში მოხსენიებულია 12-ჯერ, ბავშვების დახოცვის თემა ნახსენებია ერთხელ, ორგანოებით ვაჭრობისა თემა - 6-ჯერ, ჰოლანდიელად ნეგატიურ კონტექსტში მოხსენიებულია 5-ჯერ, წყვდიადის დედოფლად - ერთხელ, პატიმრების სიკვდილთან

დაკავშირებულია 3-ჯერ, ნაციონალურ პარტიაში შიდა განხეთქილებისა და ნიკა მელიასთან დაპირისპირების თემა წინ წამოწეულია 10-ჯერ, სანდრას მიერ ზვიად გამსახურდიას ნეგატიურ კონტექსტში მოხსენიება პოლიტიკოსის საწინააღმდეგოდ გამოყენებულია 14-ჯერ, მოწოდება, რომ არ მისცენ რულოვს ხმა, გვერდზე გაჟღერებულია 20-ჯერ, ხალხისგან მოპარული ფულით შეძენილი ქონება - 2-ჯერ, მხედრიონელები და ტერორისტები სანდრას კამპანიაში - 2-ჯერ, ზუგდიდში ხალხი უპირისპირდება სანდრას - ეს თემა წინ წამოწეულია 21-ჯერ.

გრაფიკული სქემის გასაცნობად იხილეთ დანართი #3, გვ.80.

3.5 ორი გვამი უნდათ

მომდევნო გვერდი, რომლის განხილვასაც ვაპირებ, არის „ორი გვამი უნდათ“. ფეისბუქ გვერდის დათვალიერებისას დაკვირვებული ადამიანი მიხვდება, რომ ის რამდენიმე პოლიტიკოსისა და პოლიტიკური პარტიის დისკრედიტაციის მიზნით შეიქმნა. აღწერაში მითითებულია, რომ გვერდი მიზნად ისახავს „სიმართლის ტირაჟირებასა და მის სოციალური ქსელის მომხმარებელამდე მიტანას“.⁴⁴ ფეისბუქ გვერდს 14 ათასზე მეტი გამომწერი ჰყავს, რაც საკმაოდ დიდი და ყურადსაღები რიცხვია.

„ორი გვამი უნდათ“ 2019 წლის, აპრილის პირველი ნახევრიდან იწყებს სანდრა რულოვსის საწინააღმდეგო კამპანიაში ჩართვას და დიდი ინტენსივობით აქტიურობას. 10 აპრილს, გვერდს დადებული აქვს ფოტომანიპულაცია, სადაც სანდრა ჩეჩმასთან დგას და თავის ქმარს მოუწოდებს: „Miha Gamodi Havifsi“. შეურაცხმყოფელია როგორც კონტენტის ვიზუალი, ასევე ტექსტების შინაარსი და პოლიტიკოსის დისკრედიტაციას ემსახურება. პოსტს აქვს 29 კომენტარი და 174 გაზიარება და თითქმის ყველა მათგანი ნეგატიურია სანდრა რულოვსის მიმართ. 11 აპრილს, გვერდს დადებული აქვს პოსტი, სადაც რულოვსის ფოტო ტუალეტის ქაღალდზეა დატანილი (ვიზუალური მასალისთვის ეწვიეთ დანართ #2-ს, გვ. 78-ზე).

⁴⁴ფეისბუქის გვერდი „ორი გვამი უნდათ“: <https://www.facebook.com/origvamiundat/>

კომენტარების, გაზიარებისა და ჩართულობის მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, 11 აპრილის გვერდს პოსტი რეკლამაზე ჰქონდა გაშვებული (ბუნებრივად არ აქვს ამ რაოდენობის წვდომა ფეისბუქის გვერდებს). 60 კომენტარიდან მხოლოდ ორია კრიტიკული პოსტის შინაარსის მიმართ, დანარჩენი კი სანდრას მიმართ ნეგატიურია.

25 აპრილს, გვერდს უდევს სანდრა რულოვსის საარჩევნო კლიპი, რომელსაც სხვა პიროვნების ხმა აქვს დადებული. კლიპის შინაარსი შეცვლილია და გახმოვანების მიხედვით, ისე გამოდის, თითქოს სანდრა საკუთარ სხეულს ყიდის და სხვადასხვა მომსახურებისთვის განსხვავებული თანხები აქვს დაწესებული. პოსტს აქვს 57 კომენტარი და თითქმის ნახევარი კრიტიკულად არის განწყობილი პოსტის შინაარსის მიმართ, ნახევარი კი ნეგატიურად სანდრა რულოვსის მიმართ.

2 მაისს, გვერდს უდევს ფოტომანიპულაცია, სადაც თითქოს მიხეილ სააკაშვილი თავის ცოლს ასწავლის, როგორ მოატყუოს მოსახლეობა. 6 მაისს, „ორი გვამი უნდათ“ სანდრა რულოვსს ფაროსანათი მოიხსენიებს, რომელსაც სურს ზუგდიდს მოაჯდეს თავს.

11 მაისს, გვერდს უდევს თითქოსდა ქეთი და თემურ ალასანიების სატელეფონო საუბარი, სადაც ისინი სანდრას უცენზურო და შეურაცხმყოფელი სიტყვებით მოიხსენიებენ. პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია, ვთქვათ, რომ სატელეფონო საუბრის ავთენტურობა არ დასტურდება. ხოლო მეორეს მხრივ, სიმართლევც რომ იყოს, საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის, 158-ე მუხლის მიხედვით, კერძო საუბრის უნებართვოდ ჩაწერა ან მიყურადება ისჯება ჯარიმით ან თავისუფლების შეზღუდვით ვადით ორიდან ოთხ წლამდე ანდა თავისუფლების აღკვეთით იმავე ვადით.⁴⁵ რაკი ამ გვერდზე და ამ ჩანაწერზე საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს რეაგირება არ ჰქონია და ისევ დევს, ეს იძლევა გონივრული ეჭვის საფუძველს, რომ ჩანაწერი ფაბრიკაციაა ან გვერდი ეკუთვნით ე.წ. სამთავრობო ტროლებს და მათ მიმართ სახელმწიფო შერჩევითი სამართლის პრინციპით მოქმედებს. ფაქტია, რომ პოსტის მიზანია, ამომრჩეველს აჩვენონ, რომ სანდრა რულოვსს საკუთარი ოჯახიც არ უჭერს მხარს, არათუ სხვა ადამიანები.

⁴⁵საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსი:
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2345397?publication=0>

მომდევნო პოსტში გვერდს სანდრა „წუწკ ჰოლანდიელად“ ჰყავს მოხსენიებული. ასეთი ტიპის პოსტები გამიზნულია საზოგადოებაში უცხოელების მიმართ ირაციონალური შიშისა და უნდობლობის დასანერგად. პოსტს აქვს 199 კომენტარი და მხოლოდ რამდენიმე მათგანია კრიტიკული პოსტის შინაარსის მიმართ (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის ეწვიეთ დანართ #2-ს, გვ.77-ზე).

ამავე დღეს, გვერდს აქვს გაზიარებული სანდრა რულოვსის მეგრული სიმღერა, ხოლო კადრებად ნაციონალური მოძრაობის რეჟიმის მიერ აქციების დარბევის მონაკვეთები ადევს. ფეისბუქ მომხმარებლების პოსტზე ჩართულობა მეტყველებს იმაზე, რომ გვერდს ეს კონტენტიც დასპონსორებული ჰქონდა. 73 კომენტარიდან უმეტესი მათგანი პოლიტიკოსი ქალის მიმართ ნეგატიურია.

14 მაისს, „ორი გვამი უნდათ“ დებს სანდრა რულოვსის ყალბ საარჩევნო პროგრამას, სადაც მას ადამიანის სხვადასხვა ორგანოს ფასების აქვს ჩამოწერილი. 16 მაისს, გვერდს შემოაქვს სააკაშვილის მიერ ცოლის დალატის თემა. 54 კომენტარიდან ყველა ნეგატიურია.

მსგავსი ტიპის კონტენტი ზუგდიდის მერის არჩევნებამდე რეგულარულად გრძელდება. მაისის ბოლოს კი პოლიტიკოსი ქალის მიმართ ნეგატიური შინაარსის პოსტები ქრება, რაც იმას ნიშნავს, რომ გვერდმა თავისი საქმე უკვე შეასრულა და ტროლებმა გაგრძელების საჭიროება არ ჩათვალეს.

2019 წლის აპრილიდან გვერდი სანდრა რულოვსს სააკაშვილის ცოლად ნეგატიურ კონტექსტში მოიხსენიებს 3-ჯერ, ნაციონალური მოძრაობის რეჟიმის დარბევებთან აკავშირებს 4-ჯერ, სააკაშვილის მიერ ცოლის დალატის თემა შემოაქვს ერთხელ, ჰოლანდიელად ნეგატიურ და ქსენოფობიურ კონტექსტში მოიხსენიებს 2-ჯერ, უწოდებს წუწკსა და გათახსირებულს - 4-ჯერ, სანდრას მიერ ორგანოებით ვაჭრობის თემა შემოაქვს ერთხელ, ფაროსანად მოიხსენიებს ერთხელ, საკუთარი ოჯახი რომ სანდრას წინააღმდეგაა, ახსენებს ორჯერ, ზუგდიდელების მიმართ მოწოდებას, არ დაუჭირონ მხარი რულოვსს, აჟღერებს 9-ჯერ. მომხმარებლების კომენტარების უდიდესი ნაწილი სანდრას მიმართ ნეგატიურია.

გრაფიკული სქემის სანახავად იხილეთ დანართი # 3, გვ.81.

3.6 მიხეილ უკრაინოლოგი

მომდევნო ფეისბუქის გვერდი, რომლის კონტენტ ანალიზსაც მიმოვიხილავ, „მიხეილ უკრაინოლოგია“. ქართველ მომხმარებლებში ეს პლატფორმა საკმაოდ დიდი პოპულარობით სარგებლობს. ჰყავს ძალიან დიდი რაოდენობის, 150 000-ზე მეტი გამომწერი. ასეთი გვერდის მონიტორინგი მნიშვნელოვანია, რადგან კონკრეტული მესიჯების მუდმივი გავრცელებით შეუძლია ზუსტად იმ შედეგს მიაღწიოს, რომელიც მას ან მასთან დაკავშირებულ პოლიტიკურ ძალებს სურთ.

„მიხეილ უკრაინოლოგზე“ სანდრა რულოვსის მიმართ ნეგატიური შინაარსის მესიჯები მარტიდან ვრცელდება, შემდეგ კი ინტენსივობა უფრო მატულობს. 15 მაისს, გვერდი დებს ორი ახალგაზრდა გოგონას ფოტოს, რომლებსაც ტრაფარეტი უჭირავთ ხელში, წარწერით: „მე მეგრელი ვარ და არ ვარ ნაცი“. ამავე დღეს, გვერდი დებს ივენთს: „გავაცილოთ სანდრა ფლორიდაში“. პოსტის 47 კომენტარიდან ყველა ნეგატიურია პოლიტიკოსი ქალის მიმართ.

16 მაისს, გვერდი სანდრა რულოვსის წინასაარჩევნო კამპანიას LGBT უმცირესობათა ჯგუფს უკავშირებს და წერს“ იმდენი „პიდარასტი“ ჩავიდა ზუგდიდში, რომ პარადის გამართვას, ალბათ, იქ აპირებენო. LGBT ერთ-ერთი ყველაზე მოწყვლადი ჯგუფია საქართველოში. გვერდმა ჩათვალა, რომ თუ ამ ჯგუფს სანდრა რულოვსის კამპანიასთან დაკავშირებდა, ეს ხალხის ნეგატიურ განწყობას კიდევ უფრო გაამძარფრებდა. პოსტის კომენტარები ნეგატიურია პოლიტიკოსი ქალის მიმართ.

გვერდი სანდრა რულოვსს ლგბტ თემთან 3-ჯერ აკავშირებს, უცხოელად ნეგატიურ კონტექსტში ასევე 3-ჯერ მოიხსენიებს, მოწოდებას, რომ არ დაუჭირონ მხარი რულოვსს ავრცელებს 5-ჯერ, ზუგდიდის არჩევნების მიმდინარეობას სანდრას მიმართ შეურცხმყოფელ კონტექსტში 4-ჯერ დებს.

გრაფიკული სქემი სანახავად იხილეთ დანართი # 3, გვ.81.

3.7 ძირითადი მიგნებები

კვლევაში მიმოხილულია, 2019 წლის, ზუგდიდის მერის არჩევნების წინასაარჩევნო პერიოდი. კვლევისთვის შერჩეულია სამი თვე, მარტიდან მაისის ჩათვლით, როდესაც საარჩევნო კამპანია განსაკუთრებით გააქტიურდა.

კონტენტ ანალიზის შედეგები ადასტურებს, რომ საქართველოში ყველაზე დიდი სოციალური ქსელი, ფეისბუქი (85.59 % სწორედ აღნიშნულ ქსელს მოიხმარს), აქტიურად გამოიყენებოდა არა მხოლოდ რეალური ინფორმაციისა და ფაქტების, არამედ ყალბი ახალი ამბების გავრცელებისთვის და საზოგადოების შეცდომაში შეყვანის მიზნით. კვლევისთვის მიმოვიხილე 5 ფეისბუქ გვერდი, რომელსაც მნიშვნელოვანი რაოდენობის გამომწერი ჰყავს და შეუძლია საზოგადოებრივ აზრზე გავლენა მოახდინოს. ამ 5 გვერდზე ყოველთვის აქტიურად შეინიშნებოდა ყალბი ამბების გავრცელების ტენდენცია.

კონტენტ ანალიზისას აშკარა გახდა, რომ ე.წ. საინფორმაციო ომს ჰქონდა საკმაოდ მძიმე ხასიათი და ატარებდა პოლიტიკური ორგანიზაციების, პარტიებისა და განსაკუთრებით კი ცალკეული პირების დისკრედიტაციის მიზანმიმართულ ხასიათს. განსაკუთრებით მძიმე იყო კამპანია, ერთ-ერთი საარჩევნო კანდიდატის, სანდრა რულოვსის მიმართ.

მარტის მეორე ნახევრიდან დიდი ინტენსივობით დაიწყო მის მიმართ მიზანმიმართულად მავნე მესიჯების გაჟღერება და ასეთი პოსტების დასპონსორება. თვალშისაცემი იყო, სახელდახელოდ შექმნილი ფეისბუქის გვერდები (როგორცაა, მაგალითად, „ნაცი კლავს“ ან „ორი გვამი უნდათ“), რომელთა ერთადერთი მიზანიც ამ პოლიტიკოსი ქალის შეურაცხყოფა და საზოგადოებაში მის მიმართ ნეგატიური განწყობის შექმნა იყო. აღნიშნულ გვერდებზე თითქმის ყოველდღიურად ან დღეში რამდენჯერმე ვრცელდებოდა შეურაცხმყოფელი და ყალბი ინფორმაციის შემცველი პოსტები, ხოლო მაისის ბოლოდან, როდესაც არჩევნების პერიოდი დასრულდა და სანდრა რულოვსმა წააგო, გვერდებზე მის მიმართ აგრესია ერთიანად შეწყდა, რაც იმას მოწმობს, რომ გვერდებმა საკუთარი ფუნქცია შეასრულეს და შემდეგ ეტაპზე აღარ იყვნენ საჭირო (თუმცა, უნდა აღვნიშნოთ ისიც, რომ ეს გვერდები ივნისში, გავრილოვის

ცნობილი შემთხვევისა და ქვეყანაში მიმდინარე ანტისაოკუპაციო აქციების შემდეგ ისევ დიდი ინტენსივობით გააქტიურდნენ).

დისკრედიტაციის მიზნით შექმნილი გვერდები მკვეთრად ნეგატიური შინაარსის პოსტებით შეურაცხყოფას აყენებდნენ სანდრა რულოვსს. აგინებდნენ და უცენზურო სიტყვებით მოიხსენიებდნენ. ხოლო, როცა ასე არ იქცეოდნენ, ავრცელებდნენ ყალბი ინფორმაციის შემცველ პოსტებს. ამ გვერდების ე.წ. მესიჯ ბოქსი ერთმანეთის მსგავსი იყო. ხშირად ინფორმაციის წყაროდ ერთმანეთს იყენებდნენ და ერთმანეთისგან აზიარებდნენ კონტენტს, მაგალითად, „ასავალ-დასავალი“ აზიარებდა გვერდიდან „ნაცი კლავს“, ეს უკანასკნელი ინფორმაციას აზიარებდა გვერდიდან „ორი გვამი უნდათ“ და პირიქით. ასე ვთქვათ, ჩაკეტილი წრეში ტრიალებდა და ვრცელდებოდა ინფორმაცია. აღნიშნული გვერდები დიდი ინტენსივობით უშვებდნენ დეზინფორმაციას ფეისბუქის რეკლამაზეც და ამაში თანხებს იხდიდნენ. საინტერესოა ისიც, თუ საიდან ფინანსდებოდნენ ისინი ამ ბიუჯეტით, თუმცა, ეს ცალკე კვლევისა და გამოძიების საგანია. გარდა ამისა, აღნიშნული გვერდები ეყრდნობოდნენ ასევე სახელდახელოდ შექმნილ ვითომდა საინფორმაციო ვებგვერდებს, რომელთა ნაწილიც ამჟამად უკვე წაშლილი, ხოლო კონტენტი მიუწვდომელია.

ყალბი ინფორმაციის გამავრცელებელი ფეისბუქის გვერდები ასაჯაროვებდნენ პოლიტიკოსი ქალის პირადი ცხოვრების დეტალებს, რომელთაგან უმეტესი ტყუილი ან ნაწილობრივ სიმართლის შემცველი იყო. ავრცელებდნენ მისი მეუღლის მიერ ღალატის შესახებ ინფორმაციას და მუდმივად ხაზს უსვამდნენ, რომ ეს ქალი საკუთარ ოჯახსაც არ უნდოდა, არათუ საქართველოს.

ნეგატიურ კონტექსტში უსვამდნენ ხაზს მის უცხოელობას - „გადამთიელობას“ და საზოგადოებაში აღვივებდნენ ქსენოფობიურ და ირაციონალურ შიშებსა და ზიზღს უცხოელის მიმართ, თითქოსდა მხოლოდ ქართველი, უფრო დაზუსტებით კი მეგრელი შეძლებდა, ყოფილიყო ზუგდიდის ღირსეული მერი. რულოვსს უწოდებდნენ „წუწკ ჰოლანდიელს“ და სამშობლოში უკან დაბრუნებისკენ მოუწოდებდნენ.

გვერდები აპელირებდნენ მიხეილ სააკაშვილის სახელით და სანდრა რულოვს სააკაშვილის ცოლად, ნეგატიურ კონტექსტში მოიხსენიებდნენ. მიზანი იყო ის, რომ კანდიდატი არ აღქმულიყო დამოუკიდებელ ინდივიდად, არამედ ყოფილიყო მუდმივად მიხეილ სააკაშვილთან და მის წარსულ პოლიტიკურ შეცდომებთან დაკავშირებული.

იმავე მიზნით, რულოვს აკავშირებდნენ პოლიტიკური პარტიის, ნაციონალური მოძრაობის 9 წლიან რეჟიმთან, რა პერიოდშიც დაარბიეს ბევრი აქცია და საქართველოს მოსახლეობის ნაწილისთვის ეს წლები დაკავშირებულია სისხლიან და ძალადობრივ მმართველობასთან. შესაბამისად, ყალბი გვერდები მუდმივად ცდილობდნენ ამის ხაზგასმას და პარალელს ავლებდნენ აღნიშნულ 9 წლიან რეჟიმთან. წერდნენ, რომ თუ სანდრა რულოვსი ზუგდიდში გაიმარჯვებდა, ნაციონალები და მიხეილ სააკაშვილი დაბრუნდებოდნენ, ყველას ციხეში ჩასვამდნენ და ისევ გააგრძელებდნენ „სისხლიან მმართველობას“.

დაკვირვების ყველა ობიექტი ორკესტრირებულად და მსგავსი სცენარით მოქმედებდა. მნიშვნელოვანია, გამოვყოთ მთავარი მესიჯი, რომელიც მუდმივად ტრიალებდა საკვლევი პერიოდის განმავლობაში: სანდრა - მფატრავი და სანდრა - ორგანოებით მოვაჭრე. ე.წ. საინფორმაციო პლატფორმები დიდი ინტენსივობით ქმნიდნენ კონტენტს სანდრა რულოვსის მიერ ორგანოებით ვაჭრობის თემაზე. პოლიტიკოსს ადანაშაულებდნენ ცოცხალი ადამიანების ორგანოების ამოჭრასა და შემდეგ გაყიდვაში, რაც მოგვიანებით ამ ადამიანების სიკვდილს იწვევდა. ამ ინფორმაციის „დასამტკიცებლად“ მოჰყავდათ მოგონილი სტატისტიკა და რიცხვები, ხოლო წყაროდ ეყრდნობოდნენ ანგარიშს, რომლის სახელს, ავტორსა და წარმომავლობას არ ასახელებდნენ. სავარაუდოდ, თვლიდნენ, რომ თუ იტყოდნენ სიტყვა „ანგარიშ“, საზოგადოებას ამ ინფორმაციის მიმართ ნდობა გაუჩნდებოდა, ხოლო ვინც ვერ ახერხებს ცრუ და რეალური ამბის ერთმანეთისგან გარჩევას, ისინი უბრალოდ და მარტივად დაიჯერებდნენ. ცხადია, გვერდებს არ ჰქონდათ რეალური მტკიცებულებები. მართლაც რომ ეარსება ფაქტებს ორგანოებით ვაჭრობის შესახებ, პროკურატურა აქამდე მრავალგზის აღძრავდა საქმეს და დაიწყებოდა გამოძიება. მტკიცების ტვირთი კი იმაზეა, ვინც ბრალს სდებს პიროვნებას. სანამ ასეთი დანაშაულის დამადასტურებელი

დოკუმენტები არ არსებობს, მანამდე ეს ინფორმაცია „ფეიკ ნიუსია“ და არანაირი ღირებულება არ აქვს, გარდა საზოგადოების შეცდომაში შეყვანისა.

გვერდები ხშირად მიმართავდნენ ფოტო და ვიდეო მანიპულაციას, სადაც რულოვსის თავი ედგა სხვა ადამიანის ტანს ან სანდრას საარჩევნო ვიდეოს ედო სხვა პიროვნების ხმა. მიზანი ისევ საზოგადოების შეცდომაში შეყვანა იყო.

ფეისბუქის გვერდები იყენებდნენ პარტია „ნაციონალური მოძრაობის“ ლოგოს, ფერებს, პლაკატებსა და სლოგანებს. გამოუცდელი მკითხველი, ერთი შეხედვით ვერც კი გაარჩევდა პარტიის რეალურ გვერდთან ჰქონდა საქმე თუ ფაბრიკაციასთან.

კიდევ ერთი მესიჯი, რომლის გარშემოც რულოვსის ანტიკამპანია ტრიალებდა, იყო ზვიად გამსახურდიას შეურაცხყოფა. სანდრა რულოვსმა თავის ავტობიოგრაფიულ წიგნში, „იდეალისტის ნამზობი“, ზვიადი ნეგატიურ კონტექსტში მოიხსენია, თუმცა, როგორც მოგვიანებით ახსნა, ეს წიგნი არ იყო ისტორიული და სამეცნიერო ნაშრომი, არამედ სუბიექტური, მხატვრული ღირებულების ნაწარმოები. გარდა ამისა, როცა წიგნი დაიწერა, მას არ ჰქონდა ღრმა ცოდნა საქართველოს ისტორიის შესახებ და მას შემდეგ ბევრი რამე გადააფასა, თუმცა, ყალბი გვერდები მაინც აქტიურად ცდილობდნენ ამ მესიჯის ნიადაგზე საზოგადოებაში სიძულვილისა და შუღლის გაღვივებას.

რაც შეეხება საზოგადოების რეაქციასა და ფეისბუქის მომხმარებლებისგან მიღებულ უკუგებას, ზემოთ აღნიშნულ გვერდებზე დადებულ თუ გაზიარებულ პოსტებს, აქვთ საკმაოდ დიდი რაოდენობის კომენტარები და გაზიარებები (მაგალითად, 70 კომენტარი, 300 გაზიარება და ა.შ.). ეს კიდევ ერთხელ ადასტურებს იმ ფაქტს, რომ პოსტები რეკლამაზე იყო გაშვებული. კომენტარების მონიტორინგიდან აშკარა გახდა, რომ ამ გვერდებზე სამთავრობო პარტიის მხარდამჭერები იყვნენ მობილიზებული. საშუალოდ 100 კომენტარიდან მხოლოდ 2 ან 3 კრიტიკული შინაარსის კომენტარი იწერებოდა. დანარჩენი კი ცალსახად ნეგატიური იყო სანდრა რულოვსის მიმართ. თუმცა, უნდა აღვნიშნოთ, ფეისბუქი მიუთითებდა, რომ ზოგიერთი კომენტარი გაფილტრული იყო, რაც სავარაუდოდ იმას მიანიშნებს, რომ გვერდების ადმინისტრატორები პოსტის მიმართ

კრიტიკული შინაარსის „ფიდბექს“ შლიდნენ და ტოვებდნენ მხოლოდ რულოვსის მიმართ ნეგატიურად განწყობილ მესიჯებს.

4. გამოკითხვა

4.1 კვლევის მიზნები და ამოცანები

„ფეისბუქის“ მეშვეობით ნებისმიერი ახალი ამბავი ყველაზე სწრაფად ვრცელდება, მათ შორის რეალური ფაქტები და „ფეიკ ნიუსები“, ამიტომ კვლევის მთავარი კითხვა ამ შემთხვევაშიც შემდეგია: ახერხებენ თუ არა ყალბი ახალი ამბების იდენტიფიცირებას ფეისბუქის ქართველი მომხმარებლები და რა მეთოდებს იყენებენ „ფეიკ ნიუსებთან“ საბრძოლველად. საკვლევი კითხვებია:

- თვლიან თუ არა ფეისბუქის მომხმარებლები, რომ შეუძლიათ ფაქტების გარშევა ყალბი ახალი ამბებისგან
- ამოწმებენ თუ არა და რა გზებით მიღებული ინფორმაციის სანდოობას
- რას აკეთებენ მას შემდეგ, როცა ხვდებიან, რომ ინფორმაცია ყალბია
- მათი აზრით, რა გავლენა აქვს ყალბ ინფორმაციას ფეისბუქის ქართველ მომხმარებლებზე

ამავე კითხვარში, ვცადეთ გადაგვემოწმებინა, მართლა შეუძლიათ თუ არა ფაქტების გარჩევა „ფეიკ ნიუსებისგან“, ამიტომ დავსვით შემდეგი კითხვებიც:

- სიმართლეა თუ არა, რომ სანდრა რულოვსი ვაჭრობდა/ვაჭრობს ადამიანის ორგანოებით
- სიმართლეა თუ არა, რომ თბილისში მდებარე „ლუგარის ლაბორატორია“ ავრცელებს საშიშ დაავადებებს
- სიმართლეა თუ არა, რომ ამერიკის შეერთებული შტატები და ევროპა აფინანსებს საქართველოში გარყვნილების პროპაგანდას.

4.2 მეთოდოლოგია

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი, გამოკითხვა, ჩატარდა საქართველოში, ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ სოციალურ ქსელში, „ფეისბუქში“. კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა 302 ადამიანი შემთხვევითი შერჩევის მეთოდით, რაც მონაცემების

განზოგადების საშუალებას შესაძლოა არ იძლევა, თუმცა, ზოგადი ტენდენციების გამოვლენაში ნამდვილად გვეხმარება. ასაკობრივი კატეგორია იწყებოდა 18 წლიდან, 8 წლიანი შუალედებით. კვლევა მიმდინარეობდა 2019 წლის აპრილი - ივნისის (3 თვე) განმავლობაში. გამოკითხვის გავრცელება სოციალურ ქსელში, სხვადასხვა კატეგორიის ჯგუფებში, სპეციალურად შექმნილი ფორმის გავრცელებით მოხდა.

კითხვარი შედგებოდა დახურული კითხვებისგან. ზოგიერთ მათგანში შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის მონიშვნა და ასევე დამატებული იყო ღია პასუხი „სხვა“, რაც აუდიტორიას საშუალებას აძლევდა დაეფიქსირებინა განსხვავებული აზრი. კითხვარის შევსებას საშუალოდ 2 წუთი სჭირდებოდა.

4.3 გამოკითხვის შედეგები

ონლაინ გამოკითხვაში 302-მა რესპონდენტმა მიიღო მონაწილეობა. მათი უმეტესობა მდედრობითი სქესის წარმომადგენელი იყო, რაც 79 პროცენტია (239 ადამიანი). ხოლო მამაკაცები 21 პროცენტს წარმოადგენდნენ (63 ადამიანი). გრაფიკული სქემის სანახავად იხილეთ დანართი #4, გვ.82.

რაც შეეხება ასაკობრივი კატეგორიის გადანაწილებას, ჭარბობდნენ 18-დან 26 წლამდე ახალგაზრდები, რაც გამოკითხულთა 58 %-ია ანუ 175 პიროვნება. შემდეგ, 90 ხმით მოდიან 27-35 წლის ასაკის ადამიანები, 30 %. 36-44 წლის ასაკობრივ კატეგორიაში შედის 15 ადამიანი; 45-53 წლის ასაკობრივ კატეგორიაში 12 ადამიანი, ხოლო ყველაზე მცირე რაოდენობით გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 54 წლის და უფრო ზედა ასაკის ადამიანებმა, რაც ბუნებრივიცაა, რამდენადაც ახალგაზრდებთან შედარებით ინტერნეტ სივრცეს ისინი უფრო ნაკლებად მოიხმარენ (გრაფიკული სქემის სანახავად იხილეთ დანართი #4, გვ.82).

კითხვაზე, შეუძლიათ თუ არა ყალბი ინფორმაციის ამოცნობა, რესპონდენტების 70 % (211 პიროვნება) დარწმუნებულია, რომ შეუძლია. 25 %-მა (75 ადამიანი) არ იცის, შეუძლია თუ არა „ფეიკ ნიუსების“ ამოცნობა, ხოლო 5 % (16 ადამიანი) გულწრფელად აღიარებს, რომ

არ შეუძლია, ერთმანეთისგან გაარჩიოს ყალბი ამბები ფაქტებისგან (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის იხილეთ გრაფიკული სქემა დანართი #4-ში, გვ. 83-ზე).

კითხვაზე, როგორ ამოწმებენ მომხმარებლები ფეისბუქზე გაცნობილი ინფორმაციის სანდოობას, 4 % (12 ადამიანი) ამბობს, რომ საერთოდ არ ამოწმებს; ნაცნობებს ეკითხება 6 % (45 ადამიანი); სათაურს აკვირდება და თუ მყვირალა და ზედმეტად დაუჯერებელია - არ ენდობა 18 % (129 ადამიანი); იმავე ინფორმაციას დამატებით წყაროებში იძიებს 28 % (202 ადამიანი); აკვირდება, ვინ ან რომელი გვერდი ავრცელებს ინფორმაციას და ენდობა ან არ ენდობა მის რეპუტაციას 32 % (229 პიროვნება); სტატიისა თუ ინფორმაციის ქვეშ არსებულ კომენტარებს კითხულობს და ამით ცდილობს დასკვნები გამოიტანოს 14 % (102 ადამიანი).

აქვე განვმარტოთ, რომ ამ შეკითხვაზე შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის ერთად მონიშვნა. ტენდენცია კი ასეთი გამოვლინდა: ვინც ინტერესდება და ამოწმებს ინფორმაციის სანდოობას, მიმართავს, რამდენიმე მეთოდს ერთად, მაგალითად, აკვირდება სტატიის სათაურს, კითხულობს კომენტარებს, ამოწმებს მეგობრებთან, აკვირდება, ვინ ავრცელებს სტატიას, რა რეპუტაციით სარგებლობს ეს უკანასკნელი და ა.შ. (გრაფიკული სქემისთვის იხილეთ დანართი #4, გვ. 83).

კითხვაზე თუ რას აკეთებენ, როცა ხვდებიან, რომ ესა თუ ის გავრცელებული ინფორმაცია ყალბია, მომხმარებლების დიდი ნაწილი პასუხობს, რომ საერთოდ არაფერს არ აკეთებს ასეთ დროს - ეს არის მთელი 36 % (132 ადამიანი); 123 ადამიანი (33 %) ამბობს, რომ რეპორტს უგზავნის ფეისბუქს და უთითებს, რომ ინფორმაცია ყალბია; 75 ადამიანი (20 %) აზიარებს საკუთარ პირად პროფილზე და აღწერაში უთითებს, რომ ეს ინფორმაცია ყალბია და არ ენდონ. კიდევ უფრო ნაკლები ადამიანი, 10 %, 39 - უშუალოდ ინფორმაციის ქვეშ წერს კომენტარს, რომ გავრცელებული ამბავი ყალბია. ძალიან მცირე რაოდენობა - 1 % (3 ადამიანი) ეკონტაქტება ინფორმაციის გამავრცელებელ გვერდს ან პიროვნებას, რომ ეს „ფეიკ ნიუსია“ და წაშალონ.

ამ შეკითხვაზე შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის ერთად მონიშვნა. ტენდენცია კი აქაც ასეთი გამოვლინდა: ის, ვინც ყალბი ნიუსის იდენტიფიცირების შემთხვევაში

მიმართავს ზომებს, მიმართავს რამდენიმე მეთოდს ერთად, მაგალითად, აზიარებს ინფორმაციას და წერს, რომ ყალბია, არეპორტებს, აკომენტარებს და ა.შ. ანუ რეალურად ერთი და იგივე ადამიანები ებრძვიან ყალბი ნიუსების გავრცელებას.

გარდა ამისა, დაფიქსირდა რამდენიმე ღია პასუხიც: თუ ყალბი ინფორმაცია სასაცილოა, უგზავნიან მეგობრებს და შემდეგ ამაზე ერთად იცინიან. ზოგი კი ყალბი ინფორმაციის საპირწონედ თავად წერს სწორ და გადამოწმებულ ინფორმაციას და სწორედ იმას ავრცელებს ინტერნეტის მეშვეობით (გრაფიკული სქემის სანახავად ეწვიეთ დანართ #4-ს, გვ. 84-ზე).

კითხვაზე რას ფიქრობენ, როგორია ყალბი ახალი ამბების გავლენა ფეისბუქის ქართველ მომხმარებლებზე, უმეტესობა ფიქრობს, რომ „ფეიკ ნიუსები“ ცვლის ან აკონტროლებს მოსახლეობის განწყობას სხვადასხვა პოლიტიკური პროცესის მიმართ - ეს არის გამოკითხულთა, თითქმის, 39 % (253 ხმა); 28 % (178 ხმა) თვლის, რომ ყალბი, პროპაგანდისტული ამბები აღვივებს სიძულვილსა და შუღლს უმცირესობათა ჯგუფების მიმართ, როგორც არის მაგალითად, ყველაზე მოწყვლადი ჯგუფი - ლგბტ თემი, ეთნიკური, რელიგიური უმცირესობები და სხვ. 18 % (114 ხმა) ფიქრობს, რომ ცრუ ინფორმაცია ცვლის საზოგადოების განწყობას საქართველოს ევროატლანტიკური კურსის მიმართ; 15 % (94 ხმა) თვლის, რომ ეს იწვევს უნდობლობას სხვადასხვა მედია საშუალებისა და ნამდვილი ჟურნალისტიკის მიმართაც. მხოლოდ 3 ადამიანს მიაჩნია, რომ პროპაგანდისტულ, ყალბ ნიუსებს არანაირი გავლენა არ აქვს საზოგადოებაზე. დაფიქსირდა ღია პასუხიც, რომლის ავტორის აზრითაც, „ფეიკ ნიუსები“ საზოგადოების პოლარიზებას ანუ ორ ნაწილად გახლეჩვას უწყობს ხელს.

აღნიშნულ კითხვაში შესაძლებელი იყო რამდენიმე პასუხის ერთდროულად მონიშვნა (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის ეწვიეთ მე-4 დანართს, გვ.85-ზე).

კვლევაში ვცადე, დამედგინა კორელაცია რამდენიმე პასუხს შორის. მოვიყვანე მხოლოდ და მხოლოდ სამი აშკარად ცრუ და პროპაგანდისტული ინფორმაცია, როგორც არის მაგალითად, რომ სანდრა ვაჭრობს ან ვაჭრობდა ადამიანის ორგანოებით, თბილისში მდებარე ლუგარის ლაბორატორია გამიზნულად ავრცელებს ადამიანისთვის საშიშ

ვირუსებს და ევროპა და ამერიკის შეერთებული შტატები საქართველოში გარყვნილების პროპაგანდას აფინანსებენ. რესპონდენტებს ამ დებულებებზე უნდა გაეცათ პასუხი, თვლიან თუ არა, რომ ეს ინფორმაცია სიმართლეა, არ არის სიმართლე, ან არ იციან, სიმართლეს შეესაბამება თუ არა. გამოვლინდა საინტერესო ტენდენციები, რომლებზეც ქვემოთ ვისაუბრებთ.

გამოკითხულთა უმრავლესობა (238 ხმა, 79 %) თვლის, რომ სანდრა რულოვსი არ ვაჭრობდა ადამიანის ორგანოებით და ეს ინფორმაცია არ არის სიმართლე. რესპონდენტების 16 %, 49 ფეისბუქის მომხმარებელი თვლის, რომ არ იცის, ეს ინფორმაცია შეესაბამება თუ არა სიმართლეს, ხოლო 5 % ანუ 15 ადამიანი დარწმუნებულია, რომ ეს ინფორმაცია სიმართლეა (გრაფიკული სქემის სანახავად იხილეთ დანართი #4, გვ.86).

მომდევნო ყალბი ნიუსი, რომელიც რესპონდენტებს გამოკითხვაში ხვდებოდათ, იყო შემდეგი: „თბილისში მდებარე ლუგარის ლაბორატორია ავრცელებს ადამიანის ჯანმრთელობისთვის საშიშ დაავადებებს“. გამოკითხულ ადამიანებს უნდა მიეთითებინათ, სიმართლედ მიაჩნდათ ეს ინფორმაცია, სიცრუედ თუ არ იყვნენ დარწმუნებულნი არც ერთში.

გამოკითხულთა უმრავლესობა (220 ადამიანი, 73 %) თვლის, რომ „ლუგარის ლაბორატორია“ არ ავრცელებს დაავადებებს და ეს ინფორმაცია ტყუილია. 6 % (ეს არის 18 პიროვნება), თვლის, რომ აღნიშნული ინფორმაცია სიმართლეს შეესაბამება, ხოლო 21 %, 63 ხმა არ არის დარწმუნებული, სიმართლეა თუ არა ეს ინფორმაცია (გრაფიკული სქემის სანახავად ეწვიეთ დანართ #4-ს, 87-ე გვერდზე).

მომდევნო კითხვა, რომელიც გამოკითხვაში იყო შეტანილი, შემდეგია: „თქვენი აზრით, სიმართლეა თუ არა, რომ ევროპა და ამერიკის შეერთებული შტატები საქართველოში გარყვნილების პროპაგანდას აფინანსებენ?“

აქ კიდევ უფრო საინტერესოდ ნაწილდება პასუხები. გამოკითხულთა უმრავლესობა (250 ადამიანი, 83 %) თვლის, რომ აშშ და ევროპა არ აფინანსებენ გარყვნილების პროპაგანდას და ეს ინფორმაცია ყალბია. 27 და 25 ხმით, თითქმის, თანაბრად ნაწილდება პასუხები იმ

რესპონდენტებს შორის, ვინც თვლის, რომ ინფორმაცია სიმართლეს შეესაბამება და ვინც არ არის დარწმუნებული, სიმართლეა თუ არა ეს ყოველივე (გრაფიკული სქემის სანახავად ეწვიეთ დანართ #4-ს, 87-ე გვერდზე).

საინტერესოა, კორელაცია რამდენიმე პასუხს შორის. ადამიანები, რომლებიც თვლიან და კითხვარის დასაწყისში გვპასუხობენ, რომ შეუძლიათ ყალბი ამბები გაარჩიონ რეალური ფაქტებისგან, მოგვიანებით (კითხვარის ბოლოში) გვპასუხობენ, რომ სანდრა რულოვსი ვაჭრობს ადამიანის ორგანოებით, თბილისში მდებარე ლუგარის ლაბორატორია ავრცელებს საშიშ დაავადებებს, ხოლო აშშ და ევროპა საქართველოში აფინანსებენ გარყვნილების პროპაგანდას. ასეთი არის 15 ადამიანი ანუ გამოკითხულთა 5 %.

ასევე ის ადამიანები, ვინც ერთ-ერთ „ფეიკ“ ინფორმაციას სიმართლედ თვლის, სხვა „ფეიკ ნიუსებსაც“ სიმართლედ მიიჩნევს. ანუ ძირითადად ერთი და იგივე ადამიანები ეგებიან ამ ცრუ ინფორმაციაზე.

აქვე განვმარტავ, რომ სანამ არ არსებობს ერთი რეალური ფაქტი, არგუმენტი და დამადასტურებელი დოკუმენტი იმისა, რომ რულოვსი ორგანოებით ვაჭრობს, ლუგარის ლაბორატორია ვირუსებს ავრცელებს და ა.შ. მანამდე ეს ინფორმაცია ითვლება და არის კიდევაც ყალბი. რაც შეეხება გარყვნილების პროპაგანდას, გაუგებარია და არ არსებობს ზუსტი განმარტება იმისა, თუ რას გულისხმობს ტერმინი „გარყვნილება“. სუბიექტური ცნებაა. ზოგისთვის გარყვნილებაა მამრობითი სქესის ადამიანზე საყურე, ზოგისთვის - ქალზე შარვალი, ზოგისთვის კლუბში ცეკვა და ა.შ. ამიტომ თუ არ ვიცით, რა არის გარყვნილება, ვერ გვეცოდინება ამას აფინანსებს თუ არა დასავლეთი. ამიტომ ეს ინფორმაციაც ყალბი და პროპაგანდისტულია.

4.4 გამოკვეთილი ტენდენციები და დასკვნები

ჩატარებული გამოკითხვის შეჯერებით, შემდეგი ტენდენციებისა და დასკვნების გამოკვეთაა შესაძლებელი:

- გამოკითხულთა უმეტესობა თვლის, რომ შეუძლია ყალბი ინფორმაციის გარჩევა ფაქტებისგან, თუმცა, ამავე გამოკითხვიდან დასტურდება, რომ დაახლოებით 5 %, ვინც ამას ამბობს, ვერ არჩევს ყალბ ნიუსს ნამდვილი ინფორმაციისგან.
- გამოკითხულთა უმრავლესობა კვლევაში მოყვანილი ყალბი ამბების სიმართლეს არ ადასტურებს და ამბობს, რომ სიცრუეა. ე.ი. არ ტყუვდება პროპაგანდისტული ინფორმაციით.
- ისინი, ვისაც გამოკითხვაში მოყვანილი ყალბი ინფორმაციის სიმართლის სჯერა, არიან ახალგაზრდები და ძირითადად, მიეკუთვნებიან 27-დან 35 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიას.
- ისინი, ვინც კითხვარში არსებულ ცრუ ინფორმაციაზე უთითებს, რომ არ იცის სიმართლეს შეესაბამება თუ არა, თითქმის თანაბრად ნაწილდებიან ყველა ასაკობრივ კატეგორიაში.
- ის რესპონდენტები, რომლებიც ერთ-ერთ „ფეიკ ნიუსს“ სიმართლედ მიიჩნევენ, აქვთ ტენდენცია, რომ სხვა „ფეიკ ნიუსებიც“ სიმართლედ მიიჩნიონ. ე.ი, ძირითადად, ერთი და იგივე ადამიანები ეგებიან ყალბ ინფორმაციაზე.
- გამოკითხვის მიხედვით, ის ადამიანები, რომლებსაც სჯერათ გავრცელებული „ფეიკ ნიუსების“, ან არ იციან, სჯეროდეთ თუ არა, კითხვარში იმასაც უთითებენ, რომ ამოწმებენ ინფორმაცია ყალბია თუ არა: უყურებენ გამავრცელებს, აკვირდებიან სათაურს და ა.შ.
- გამოკითხვის მიხედვით, დადგინდა, რომ როდესაც რესპონდენტების უმეტესობა გადააწყდება ყალბ ინფორმაციას და ამის იდენტიფიცირებას მოახდენს, ამის შემდეგ არანაირ საშუალებას არ მიმართავს მასთან საბრძოლველად.
- გამოკითხულთა უმეტესობა ინფორმაციის სანდოობას ამოწმებს სხვა, დამატებითი წყაროების მოძიებით და ასევე აკვირდება გამავრცელებს და მის რეპუტაციას.
- გამოკითხულთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ ყალბ, პროპაგანდისტულ ინფორმაციას რაღაც ტიპის ნეგატიური ზეგავლენა მაინც აქვს ფეისბუქის ქართველ მომხმარებლებზე: ცვლის ან აკონტროლებს განწყობას პოლიტიკური პროცესების

მიმართ, აღვივებს შუღლს უმცირესობების მიმართ, იწვევს უნდობლობას მედიის მიმართ, ცვლის საქართველოს ევროპულ კურსს.

- გამოკითხულთა მნიშვნელოვანი პროცენტი ვერ არ არჩევს ყალბ ინფორმაციას რეალური ფაქტებისგან.

5. ექსპერიმენტი

5.1 კვლევის მიზნები და ამოცანები

მომდევნო კვლევა, რომელიც ჰიპოთეზის გადასამოწმებლად და კვლევის კითხვებისთვის პასუხის გასაცემად გამოვიყენე, ექსპერიმენტს ეფუძნება. კვლევის იდეა მდგომარეობს იმაში, რომ აუდიტორიის უკუკავშირის მიხედვით დავადგინოთ, ახერხებენ თუ არა ყალბი ახალი ამბების იდენტიფიცირებას ფეისბუქის ქართული მომხმარებლები, რამდენად განსხვავდება „ფეიკ ნიუსებზე“ რეაქცია და დამოკიდებულება სხვადასხვა ასაკობრივი კატეგორიის მიხედვით, შეუძლიათ თუ არა ფაქტების გარჩევა დეზინფორმაციისგან და თუ შეუძლიათ, რა ხერხებით ებრძვიან მას.

5.2. მეთოდოლოგია

ჰიპოთეზის შესამოწმებლად და ექსპერიმენტის ჩასატარებლად, შევარჩიე სოციალური ქსელი, რომელიც ისედაც ჩემი კვლევის ინტერესის სფეროა, ეს არის „ფეისბუქი“.

ჩემი ექსპერიმენტის დიზაინში დამოუკიდებელი ცვლადი, არის „ფეისბუქის“ პოსტის შინაარსი, რომელიც წარმოადგენს ყალბ ახალ ამბავს, აგებულია გავრცელებულ „ფეიკ ნიუსებზე“ დაყრდნობით, მსგავსი „ვორდინგითა“ და ირაციონალური შინაარსით. პოსტი სპეციალურად შექმნილ გვერდზე დაიდო. ხოლო დამოკიდებული ცვლადი არის „ფეიკ ნიუსის“ გავლენა სხვადასხვა ასაკის ადამიანზე. ე.ი. როგორ იცვლება დეზინფორმაციის მიმართ დამოკიდებულება ასაკობრივი განსხვავების საფუძველზე.

აუდიტორია ორ ასაკობრივ კატეგორიად დავყავი: 25 – 45 და 46 +

პირველი ასაკობრივი კატეგორია შევარჩიე, რადგან მაინტერესებდა არა 18 წელს ახლად გადაბიჯებული ადამიანების დამოკიდებულება, რომლებიც ჯერ კიდევ ბევრ რამეს სწავლობენ და ძიების პროცესში არიან, არამედ უკვე შემდგარი, რეალიზებული, დასაქმებული და გარკვეული გამოცდილების მქონე პიროვნებების აზრი. მეორე ასაკობრივი კატეგორია შევარჩიე, რადგან საინტერესოა, რამდენად განსხვავდება წინა

თაობების დამოკიდებულება ყალბი ახალი ამბების მიმართ ახალი თაობის წარმომადგენლებისგან.

საკვლევ პერიოდად აღებულია 1 ივლისიდან 7 ივლისის ჩათვლით (1 კვირა).

ექსპერიმენტის ჩატარების პირველი ეტაპი ფეისბუქის გვერდის შექმნა იყო, რომელიც მიმსგავსებული იქნებოდა სხვა მედია გვერდებთან. სწორედ აქ შემხვდა პირველი დაბრკოლება. „ფეისბუქის“ გვერდის შესაქმნელად ვცადე, გამომეყენებინა ფეისბუქის ყალბი ანგარიშები, რომლებიც ასევე ექსპერიმენტისთვის იყო შესაქმნელი. აქ ჩაირთო „ფეისბუქის“ დაცვის სისტემა და დავინახე, რა ხერხებით ებრძვის ეს სოციალური პლატფორმა ყალბ ახალ ამბებს.

პირველი ანგარიში, რომელიც ყალბი სახელი, გვართ და პროფილის ფოტოთი ვცადე, ფეისბუქის სისტემამ არ შემაქმნევინა, რადგან მობილური ტელეფონის ნომერი, რაც დარეგისტრირებისას სისტემაში მივუთითე, უკვე გამოყენებული მქონდა ჩემი „ფეისბუქის“ ანგარიშისთვის. სოციალურმა ქსელმა მიმითითა, რომ ამ ნომრით მეტჯერ ვერ დავრეგისტრირდებოდი და ახალი მესაჭიროებოდა.

მეორე ანგარიშის შექმნისას მობილურის ახალი ნომერი მივუთითე და ამჯერად შევძელი დარეგისტრირება. ამის შემდეგ „ფეისბუქმა“ პროფილის ფოტოს ატვირთვა მომთხოვა და როდესაც საძიებო სისტემა „გუგლიდან“ ავიღე ჩემთვის უცნობი ადამიანის ფოტო და ავტვირთე, სოციალურმა ქსელმა ანგარიში ისევ გამიუქმა. როგორც ჩანს, დაადგინა, რომ „ექაუნტი“ შეიძლება ყალბი ყოფილიყო.

„ფეისბუქის“ მესამე ანგარიში ყველა დეტალის გათვალისწინებით წარმატებით დავარეგისტრირე, თუმცა, აქაც დავუშვი ერთი შეცდომა, რის გამოც სისტემამ ისევ დამბლოკა. ახალი ანგარიშიდან, სადაც არც მეგობრები მყავდა დამატებული და ჩემ შესახებ არანაირი ინფორმაცია არ მქონდა მითითებული, მაშინვე ვცადე, შემექნა ახალი გვერდი, რომელსაც „MediaTbilisi“ დავარქვი და სოციალური ქსელის კატეგორიაში „მედია ორგანიზაცია“ მივუთითე. ფეისბუქის, ყალბ ახალ ამბებთან ბრძოლის სისტემამ, როგორც ჩანს, გონივრული ეჭვი მიიტანა იმის შესახებ, რომ "ექაუნტი", რომელიც ახალი შექმნილია, არ ჰყავს მეგობრები და არანაირი ინფორმაცია არ უდევს, მედია

ორგანიზაციის გვერდს არ შექმნიდა და ეს ყველა შემთხვევაში ე.წ. ტროლის ხელწერას ჰგავდა, რომლებიც მრავლად არიან ამ სივრცეში. შესაბამისად, სისტემამ გამოიქმნა როგორც ახლად შექმნილი მედია გვერდი, ასევე ჩემი ახალი ფეისბუქის „ექაუნთი“.

მეოთხე ცდა წარმატებით დასრულდა, რადგან გავითვალისწინე ყველა მანამდე დაშვებული შეცდომა და უკვე არსებული, რეალური ადამიანის „ფეისბუქის“ ანგარიშიდან შევქმენი ახალი გვერდი, რომელსაც კატეგორიაში ამჯერად მედია ორგანიზაციის ნაცვლად, საზოგადოებისა და კულტურის ვებგვერდი მივუთითე. ხოლო გვერდს სათაურად „mediaTbilisi“-ს ნაცვლად, „Tbilisi2019“ დავარქვი. ანუ სიტყვა მედია ამ ნაწილიდანაც ამოვიღე, რომ ფეისბუქს „ეჭვი“ არ მიეტანა. ე.ი. მიუხედავად იმისა, რომ სოციალური პლატფორმის სისტემა და ალგორითმი მაქსიმალურად ცდილობს დაბლოკოს და ებრძოდოს ყალბ გვერდებსა თუ პირად პროფილებს, მეთოდი იდეალურად დახვეწილი მაინც არ აქვს. ძნელია, შექმნა ახალი გვერდები, თუმცა, არა შეუძლებელი. დაინტერესებული პირი გამოსავალს აუცილებლად მოძებნის.

პროგრამა „ფოტოშოპის“ დახმარებით შევქმენი ორი ვიზუალი ფეისბუქის გარეკანისა და პროფილის ფოტოსთვის. ორივე მათგანი მაქსიმალურად სოლიდურად გამოიყურებოდა და მიმსგავსებული იყო „ფეისბუქის“ ნამდვილ საინფორმაციო გვერდებს. ე.წ. ქავერისა და პროფილის დიზაინებზე დავტოვე სახელწოდება „media Tbilisi“ (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის, იხილეთ დანართი #5, გვ. 88). არ მიმითითებია გვერდის აღწერა.

„მედია თბილისის“ გვერდზე, 1 ივლისს გამოვაქვეყნე მთლიანად გამოგონილი ინფორმაცია, რომლის არც ერთი დეტალი არ შეესაბამებოდა სინამდვილეს.⁴⁶ ამბავი ეხებოდა ე.წ. მასონებს, რომლებიც ვითომდა საქართველოში და უკრაინაში რამდენიმე პარტიას აფინანსებდნენ. შემდეგ კი განვაგრცე ინფორმაცია, რომლის გაგრძელებაც თითქმის საერთოდ აღარ პასუხობდა საწყის დებულებას. პოსტში ეწერა, რომ თითქოსდა, ეს ინფორმაცია სიმსივნის უკანასკნელი სტადიით დაავადებულმა მაღალჩინოსანმა მიაწოდა ერთ-ერთ მსხვილ უკრაინულ გამოცემას. დავასახელე რიცხვებიც, რომ ამერიკის შეერთებულმა შტატებმა გავლენის შესანარჩუნებლად დიდი რაოდენობის თანხები

⁴⁶კვლევისთვის შექმნილი ყალბი გვერდი „მედია თბილისი“: <https://www.facebook.com/tbilisisambebi>

გამოყო და დააფინანსა პროდასავლური პარტიები. დავურთე ვიზუალური მასალა, ფოტო, რომელიც აღებულია ინტერნეტიდან და არაფერს არ ნიშნავს. გამოსახულია რამდენიმე ადამიანი, ვითომდა მასონთა ლოჟიდან. აღწერაშივე გავაკეთე მითითება, რომ სტატიის უფრო ვრცლად წასაკითხად, გადასულიყვნენ ვებგვერდზე.

„ვორდპრესის“ ვებგვერდი ასევე კვლევის საჭიროებიდან გამომდინარე შევქმენი და აღნიშნული ინფორმაცია უფრო ვრცლად სწორედ იქ დავწერე. აქვე ხაზი უნდა გაესვას იმას, რომ საიტზე სტატიის ქვეშ საკმაოდ დიდი ასოებით გავაკეთე მითითება, რომ აღწერა არ შეესაბამება სინამდვილეს და განკუთვნილია სამაგისტრო ნაშრომის კვლევისთვის. ამ დეტალით იმის დაზუსტებაც მინდოდა, რამდენად გადადიან ადამიანები პოსტიდან ვებგვერდზე და ეცნობიან სტატიას სრულად (იხილეთ დანართი #5, გვ.89). პიროვნება, რომელიც ბმულს გაყვებოდა, აუცილებლად აღმოაჩენდა მინიშნებას ყალბი ახალი ამბების შესახებ (ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის, იხილეთ დანართი #5, გვ.89).

აქვე მინდა, განმარტება გავაკეთო, ვინაიდან არ მინდოდა, რომ ჩემ მიერ გავრცელებული ყალბი ახალი ამბით კონკრეტულ პიროვნებას, ორგანიზაციას ან პოლიტიკურ პარტიას შევხებოდი და ვინმესთვის შეურაცხყოფა მიმეყენებინა, „ფეიკ ნიუსი“ შევქმენი ძალიან ზოგადი და ზედმეტად აბსურდული, არადამაჯერებელი შინაარსით. ამის გამო, მქონდა ეჭვი, რომ ექსპერიმენტი შეიძლება, წარუმატებლად დასრულებულიყო და ხალხს უბრალოდ არ დაეჯერებინა გავრცელებული ინფორმაცია. თუმცა, მივიღე საკმაოდ საინტერესო შედეგები, რასაც მომდევნო პარაგრაფში დეტალურად გაეცნობით.

ახლად შექმნილ გვერდზე „ფეისბუქის პოსტი“ თავისით ვერ მოიზიდავდა აუდიტორიას, რადგან ვიცით, რომ ფეისბუქის ალგორითმი ასე არ მუშაობს და როგორც ყველა ბიზნესი ორიენტირებულია მოგებაზე, ამიტომ საჭირო გახდა დახმარება.

აუდიტორია დავყავი სეგმენტებად და მინიმალური ბიუჯეტით, 5 ამერიკული დოლარით გავუშვი რეკლამა ახალგაზრდების ასაკობრივ კატეგორიაზე (25 – 45) და 5 ამერიკული დოლარით - უფროსი თაობის წარმომადგენლებზე (46 +).

5.3 ექსპერიმენტის შედეგები

ჯამში 10 ამერიკული დოლარით (რაც საკმაოდ მცირე თანხაა რეკლამისთვის) გაშვებულმა „ფეისბუქის“ პოსტმა, ერთი კვირის განმავლობაში დააგროვა საკმაოდ დიდი წვდომა და მოიცვა 16 120 უნიკალური ადამიანი. აქედან უმეტესობას, 54.7 %-ს მდედრობითი სქესის წარმომადგენლები იკავებდნენ, ხოლო 45.3 %-ს - მამრობითი, რაც არ არის გასაკვირი, რადგან ფეისბუქის მონაცემების მიხედვით, საქართველოში აქტიური მომხმარებლების უფრო დიდ ნაწილს სწორედ ქალები წარმოადგენენ, რაც ამ ქსელში მიმდინარე ყველა პროცესში აისახება. „ფეისბუქის“ აუდიტორიის ანალიზის მიხედვით, საქართველოში, ამ სოციალურ ქსელში, აქტიური მომხმარებლების 55 %-ს ქალები წარმოადგენენ, ხოლო 45 %-ს კაცები.⁴⁷

მომხმარებლების 65.5 %-მა „ფეიკ ნიუსი“ მობილური მოწყობილობიდან ნახა, ხოლო 35.5 %-მა - კომპიუტერის ეკრანის მეშვეობით.

მიუხედავად იმისა, რომ რეკლამა მთელი საქართველოს მასშტაბით, ყველა ქალაქსა თუ სოფელში იყო გაშვებული, „ფეისბუქი“ მიგვითითებს, რომ აუდიტორიის უმრავლესობას სწორედ დედაქალაქის, თბილისის მაცხოვრებლები წარმოადგენდნენ. სწორედ თბილისში ნახეს ყველაზე მეტად ეს პოსტი:

11 228 უნიკალურმა ადამიანმა ნახა დედაქალაქიდან, რაც მთლიანი მონაცემის 69.7 %-ია; მომდევნო ყველაზე „აქტიური“ მხარე იმერეთი აღმოჩნდა - 1 264-მა პიროვნებამ ნახა რეკლამა იმერეთიდან, ეს რიცხვი მთლიანი მონაცემის 7.8 %-ია; აჭარაში მივწვდით 1 216 ადამიანს, მთლიანი მონაცემის 7.5 %-ს; შიდა ქართლში მივწვდით 868 ადამიანს (5.4 %); სამეგრელო - ზემო სვანეთში 712 ფეისბუქის უნიკალურ მომხმარებელს, რაც 4.4 %-ია; შემდეგი რიცხვები კი ასე ნაწილდება: კახეთი - 304 ადამიანი (1.9 %); აფხაზეთი - 168 (1.0 %); სამცხე-ჯავახეთი - 124 (0.8 %); გურია - 120 (0.7 %); ქვემო ქართლი - 48 (0.3 %); მცხეთა-მთიანეთი - 36 (0.2 %); რაჭა - ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი - 27 (0.2 %). ვიზუალური თვალსაჩინოებისთვის გთხოვთ, იხილოთ დანართი # 5, გვ. 90.

⁴⁷ <https://www.facebook.com/ads/audience-insights/>

11 228 უნიკალური ადამიანიდან უფრო დიდი ნაწილი იყო პირველი ასაკობრივი კატეგორიის (25 - 45) წარმომადგენელი, რაც არის 7 200 ინდივიდი, მთლიანი მონაცემის 64 %, ხოლო 4 028 - მეორე ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენელი, ეს გახლავთ 36 %. გრაფიკული სქემის სანახავად იხილეთ დანართი # 5, გვ. 91.

ყალბი ნიუსის ფეისბუქის პოსტს, ათ დოლარიანი რეკლამის შედეგად, ჯამში ჰქონდა 137 რეაქცია, 73 კომენტარი კომენტარი, 118 გაზიარება, 885 დაწკაპუნება ბმულზე და 336 დაწკაპუნება ფოტოზე. უნდა აღინიშნოს, რომ 137 რეაქციიდან - 56 იყო გაბრაზების, 36 მოწონების, 31 - დაცინვის, 15 - გაკვირვების, 7 - სევდის და 2 სიყვარულის გამომხატველი. გრაფიკული სქემებისა და პოსტის სანახავად იხილეთ დანართი #5, გვ. 92 და გვ. 93.

განვიხილოთ კომენტარები დეტალურად: 73 კომენტარიდან 22 არის არის კრიტიკულად ან ირონიულად განწყობილი პოსტის შინაარსის მიმართ, ნაწილი დასცინის პოსტის ავტორს და მიუთითებს, რომ ამბავი აშკარად ყალბია, ნაწილი კი უცენზუროდ გამოხატავს თავის დამოკიდებულებას. ასეთი კომენტარები არის მთლიანი მონაცემის, დაახლოებით, 30 პროცენტი. გვხვდება შემდეგი შინაარსის უკუკავშირი: „ამდენი სისულელე საიდან მოგაქვთ?!“; „დამაჯერებლობისთვის 2 უკრაინული და 4 ქართული პარტიაო, გიჟების ყვითელი პრესა“; „ავტორი, ალბათ, დენ ბრაუნს კითხულობს დღედაღამ“, პასუხი: „დენ ბრაუნი უწყინარი ფანტაზიორია ამასთან შედარებით“; ირონიით დაწერილი: „მიეცი ნიჰსა გზა ფართო“; „ნწუ, ნწუ, ნწუ, რეები ხდება თურმე“; რამდენიმე მომხმარებელმა მითითებული წყაროც გადაამოწმა და შემდეგ დააკომენტარა: „ინფორმაციის წყარო ისეთია ქვას გახვრეტს“; „სისულელე“; „ფეიკი“; ირონიით დაწერილი კომენტარი: „ნუ, მოკლედ, შეთქმულება გახსნილია, გადავრჩით“; „თქვენზე ყველაზე მეცინება“; „მსგავსი სისულელე ჯერ მსოფლიოში არავის უთქვამს და რაღა ამ ბედკრულ ქვეყანაში ლაპარაკობენ. კაცი კვდებაო და საქართველოში პარტიები ადარდებს არა? ნეტა რომელი? ბაჩუკი ქარდავა და გირჩი? ისე, რომ იცოდეთ პუტინი უფრო მეტს ურიცხვად მარტო ცხინვალს და საერთოდ, რომ გაჰკვივხარ მასონიო, იცი საერთოდ, რა არის მასონი? მინიმუმ დაგუგლე მაინც თუ სერიოზულად შესწავლა გეზარება“ (უნდა აღნიშნოს, რომ კომენტარებში, ისინიც კი, ვისაც არ სჯერა გავრცელებული კონტენტის, არ კითხულობენ სტატიას ბოლომდე და პირდაპირ ბრაზდებიან ან ილანძღებიან. სტატიას

რომ გაყვნენ, ნახვენ, რომ ის კვლევის მიზნებისთვის არის შედგენილი და გასაბრაზებელი ამაში არაფერია); ირონიით დაწერილი კომენტარი: „დაიწყო ბოლო ხავსზე მოკიდება - მასონები, სოროსი, ქართველობას გვართმევენ, ბიჭოო, სისხლიანი 9 წელი“; „აი, ამას თუ ვინმე სერიოზულად აღიქვამს“; „მასონობა ვის ტვინში მოიხარშა?“; „მალე დამთავრდება ყველაფერი, ნახეთ“; „მასონები არ არსებობენ. არსებობს სხვადასხვა ქვეყნის სპეცსამსახურები, რომლებმაც მოიგონეს ათასგვარი იდუმალებით მოსილი მითები მასონებზე. ისინი ასრულებენ თავიანთი ქვეყნების დავალებებს. ძირითადად, ცდილობენ სხვა ქვეყნების ბუნებრივი სიმდიდრეების და მომგებიანი ობიექტების ხელში ჩაგდებას. აბოლებენ სხვა ქვეყნის ელიტას სხვადასხვა ზღაპრით, სისულელით და იბირებენ. ხან ყიდულობენ ჩერჩეტებს და აწყობენ გადატრიალებებს“ (კომენტარების სანახავად იხილეთ დანართი # 5, გვ. 94-95);

73 კომენტარიდან 51-ის ავტორს სჯერა ან ნაწილობრივ სჯერა ჩემ მიერ გავცელებული ყალბი სტატიის. ასეთი კომენტარები არის მთლიანი მონაცემის, დაახლოებით, 70 პროცენტი (იხილეთ, დანართი # 5, გვ. 96). გვხვდება შემდეგი შინაარსის უკუკავშირი: „ასეა თუ ისეა, ფაქტი სახეზეა“; „მასონებს უნდა აღუდგეს მსოფლიო“; „ამ ინფორმაციაში ახალი არაფერია“; „სხვისი თქმა რად გვინდა, ვერ ვხედავთ, რომ პოზიციაც და ოპოზიციაც ქართველთმომძულენი და ქვეყნის მტრები არიან?!“; „რაა ამაში სიახლე, მასონები აფინანსებენ გლობალისტ პიდარასტებს და ყველა ერის გამყიდველს და მარიონეტს“; „ილუმინატები დიდი ხანია, სააშკარაოზე გამოვიდნენ, რაღა დროს გასაიდუმლოებაა“; „როდის იყო მასონები ასე ცნობილები ხდებოდნენ“; „რა გასაკვირია, შევარდნაძეს მასონური ორდენი ჰქონდა. ეს ოდითგანვე და ახლა მითუმეტეს“; „არ გვინდა ეგენი. დაეტონ, სადაც არიან“; „მასონებში ვის გულისხმობთ, პუტინს?“; „შედეგი კი სახეზეა. ერთ დღეში რუსებთან გააწყვეტინეს კავშირი“; „მავნე არსებები“; „გაწყდნენ ერთ დღეს“; ფეისბუქის ზოგი მომხმარებელი ამ პოსტს აპოკალიფსსა და მეორედ მოსვლას უკავშირდებს და წერს: „ნუ გავიწყდებათ აპოკალიფსი“; „ნეტა რაც ფული აქვთ, ყველა საქართველოში გადაურიცხიათ“ - ნატრულობს ერთ-ერთი; „ზოგს ეცინება და სასაცილო არაფერია. დიდი ხანია, ვიცით, ვისი ხელით ტრიალებს სოდომი და გომორი. ფულს დახარბებული კაცთმომძულე „მამულიშვილები“ რომ გეყოლება, თანაც მრავლად, იქ

ნათელ მომავალზე საუბარი ძნელია“; „მე მეგონა, საქართველოში ეგენი ყველა პარტიას აფინანსებდნენ და მარტო ოთხიო. იმედი გამიცრუეს, რა გამოდის - მაგათაც გაუჭირდათ? ესეთს რას აფინანსებენ ალიანსს და ლეიბორისტებს, თუ ბურჟანამე და ტრადიციონალისტები უჯდებათ ასე ძვირი?"; ერთ-ერთი კომენტარის ავტორი ლევან ვასაძის ფოტოსაც ტვირთავს და აწერს, რომ ის თანამედროვე ვასაძეა. „მალე დამთავრდება ყველაფერი, აი, ნახეთ. საიტები, პროექტი ვენერა და ჟაკ ფრესკოს პროექტები. სამყარო გადავა მოკლე დროში აბსოლუტურად განსხვავებულ მართვაზე.“ იხილეთ კომენტარები დანართ # 5-ში, გვ. 97-ზე.

მნიშვნელოვანია, აღვნიშნოთ, რომ 73 კომენტარიდან მხოლოდ ორის ავტორმა წაიკითხა სტატია სრულად და გადავიდა ბმულზე, სადაც ნახა, რომ „ფეიკ ნიუსი“ საკვლევი მიზნებისთვის იყო გავრცელებული: „ოჰ, ახალი ამბავი. ეგ ძველია. თანაც წერთ, სიმართლე არ არისო. თუ ტყუილია, რაღას წერთ და ხალხს ნერვებს უშლით?"; კომენტარის ერთ-ერთი ავტორი დანარჩენ მომხმარებლებს მიმართავს: „როგორ მაინტერესებს, სრულად წაიკითხეთ? ბოლოში, რომ წერია fake news-დან ამოვიღეთ და ტყუილი წერიაო, ვინმემ წაიკითხა?"; კვლევის მიზნებისთვის გავრცელებული ყალბი ახალი ამბავი სრულად წაიკითხა 3-მა პროცენტმა, ხოლო 97-მა პროცენტმა არ წაიკითხა ბოლომდე და დასკვნები ისე გამოიტანა (გრაფიკული სქემა იხილეთ დანართ # 5-ში, გვ. 99-ზე).

უნდა აღინიშნოს, რომ კომენტარების ავტორები ერთმანეთთან დისკუსიაში შედიან და სერიოზულად დებატობენ კიდევ. ეს ყველაფერი კი ყალბი ახალი ამბის ქვეშ ხდება.

განვიხილოთ კომენტარები ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით. უნდა აღინიშნოს, რომ, ძირითადად, აქტიურობით გამოირჩევიან 46 წლისა და უფრო მეტი ასაკის ადამიანები. სწორედ ისინი ტოვებენ უკუკავშირს ჩემ მიერ გავრცელებულ ახალ ამბავზე და ისინი გამოთქვამენ აზრს. ეს შეიძლება იმას ნიშნავდეს, რომ მათი დარწმუნება, რომ ყალბი ნიუსი სიმართლეა, გაცილებით მარტივია. ახალგაზრდები კი თავს იკავებენ კომენტარის დატოვებისგან, რაც შესაძლოა იმას ნიშნავს, რომ არ აინტერესებთ, არ სჯერათ ან არ სურთ, მსგავს დისკუსიაში შემოსვლა. ხოლო ვინც ტოვებს, ძირითადად სკეპტიკურად და

კრიტიკულად არის განწყობილი. ზოგიერთი მათგანი უცენზუროდ და ნეგატიურად მოიხსენიებს სტატიისა და პოსტის ავტორს.

25-დან 45 წლამდე ასაკობრივი კატეგორიიდან მივწვდით 7 200 ადამიანს, აქედან კი მხოლოდ რამდენიმემ დატოვა კომენტარი და ისიც კრიტიკულად განწყობილი იყო „ფეისბუქზე“ დადებული პოსტის შინაარსის მიმართ. ახალგაზრდებისგან გვხვდება შემდეგი შინაარსის კომენტარები: „ფეიკი“; „სისულელე“; „როგორ მაინტერესებს, ბოლომდე წაიკითხეთ? ბოლოში წერია, ფეიკ ნიუსიდან ამოვიღეთ და ტყუილიაო. ვინმემ წაიკითხა?“. ასევე რამდენიმე კომენტარში ახალგაზრდები უცენზუროდ მოიხსენიებენ პოსტის ავტორს. ნეგატიურად ან კრიტიკულად განწყობილი კომენტარები ახალგაზრდების მხრიდან იყო 11 ერთეული (მთლიანი მონაცემის 15 %). ხოლო დანარჩენი კომენტარები ეკუთვნით 46 წლისა და უფრო მაღალი ასაკის ადამიანებს (მთლიანი მონაცემის 85 %). გრაფიკული სქემის სანახავად ეწვიეთ დანართ #5-ს, გვ. 99-ზე. ექსპერიმენტის შედეგად გამოვლინდა, რომ გავრცელებულ ყალბ ახალ ამბებს უფრო მეტად ასაკიანი ადამიანები იჯერებენ.

გადავიდეთ გაზიარებების ნაწილზე, რომელიც ცალკე თემაა. ყალბ ახალ ამბავს აქვს 118 გაზიარება, საიდანაც 55 მათგანი ფეისბუქის პირად პროფილზე საჯაროდ უდევთ ავტორებს. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ სხვებისთვისაც ხელმისაწვდომია მათი ნახვა. უნდა აღვნიშნოთ, რომ საჯარო გაზიარებებიდან არც ერთი არ არის პოსტის შინაარსის მიმართ კრიტიკულად განწყობილი. უმეტესობა აზიარებს ისე, რომ თან არ ურთავს კომენტარს, ისე რომ არ ეცნობა ამბავს სრულად და არ იაზრებს პასუხისმგებლობას, სრულიად უცნობი გვერდიდან ავრცელებს „ფეიკ ნიუსს“. თუმცა, არიან პიროვნებები, რომლებიც აზიარებენ პოსტს და თან ამ ამბიდან აღებულ ციტატას ურთავენ. იხილეთ დანართი # 5, გვ. 100. ასევე, ზოგიერთი მათგანი აზიარებს და თან თავის კომენტარსაც ურთავს. ერთ-ერთმა მომხმარებელმა გააზიარა წარწერით „სოს“. გვერდიდან გაზიარებული პოსტები თავის მხრივ იწვევს დისკუსიებს გამოიარებლის პირად მეგობრებშიც. მაგალითად, ერთ-ერთი უკომენტარებს გაზიარების ავტორს: „ეს ისედაც ცხადია. ამათ შემოაქვთ არეულობები და უდანაშაულო ხალხს თვალებს თხრიან. სული მიყიდეს ეშმაკს ფულის ფულისდვის. წყეულიმც იყვნენ, ვისი სულიც წაბილწულია, ღმერთო. დაგვიფარე ასეთი

სულმდაბალი ხალხისგან“; ხოლო მეორე კომენტარის ავტორი წერს: „ძირს ივანიშვილის დამპალი, სისხლიანი რეჟიმი“ (გაზიარებული პოსტების სანახავად ეწვიეთ დანართ # 5-ს, გვ. 101-ზე). “მედია თბილისის“ გვერდიდან გაზიარებულ პოსტს თავის მხრივ კიდევ აქვს გადაზიარებები (იხილეთ დანართი # 5. გვ.101).

საინტერესოა, ის ფაქტიც, რომ მასონების მიერ დაფინანსებულ პარტიებად მომხმარებლების ნაწილი ბიძინა ივანიშვილსა და სამთავრობო პარტიას მიიჩნევს, ხოლო ნაწილი - გირჩს, ნაციონალურ მოძრაობასა და სხვა პარტიებს.

საჯარო გაზიარებების ავტორები 46 წლისა და უფრო მაღალი ასაკის ადამიანებს მიეკუთვნებიან.

5.4 ძირითადი მიგნებები და ტენდენციები

ექსპერიმენტის შედეგები რამდენიმე მნიშვნელოვან ტენდენციას გამოყოფს, რაც ზოგადი დასკვნების გაკეთებაში გვეხმარება.

- ყალბი გვერდების შექმნა და ყალბი ახალი ამბების გავრცელება სოციალურ ქსელში, „ფეისბუქში“ ძალიან მარტივია.
- მინიმალური ხარჯებია საჭირო იმისთვის, რომ საკმაოდ დიდ აუდიტორიაზე გახვიდე (ჩვენ შემთხვევაში ეს 10 დოლარი იყო).
- პოსტზე რეაქციებისა და დაწერილი კომენტარების მიხედვით, ნათელი ხდება, რომ ასაკიანი ადამიანები (46 წლისა და ზემოთ) უფრო მეტად არიან მიდრეკილნი იმისკენ, რომ დაიჯერონ ყალბი ახალი ამბები და არ გადაამოწმონ ინფორმაცია. ეს შესაძლოა, იმით იყოს განპირობებული, რომ ტექნოლოგიების აღმავლობის ეპოქაში არ დაბადებულან და ისე ბუნებრივად ვერ ერკვევიან ამ სივრცეში, როგორც ახალგაზრდები.
- 25 – 45 წლის ასაკის ახალგაზრდები ნაკლებად იჯერებენ „ფეიკ ნიუსებს“, ნაკლებად ერთვებიან მსგავსი ტიპის დისკუსიებში და ნაკლებად ტოვებენ კომენტარებს.

- ნაწილი, ვისაც სჯერა გავრცელებული ყალბი ნიუსის, მასონების მიერ დაფინანსებულ პარტიებად სამთავრობო პარტიები მიაჩნია, ხოლო ნაწილს ოპოზიციური პარტიები.
- დაწერილი კომენტარების მიხედვით, ახალი ამბავი სრულად წაიკითხა მთლიანი მონაცემის მხოლოდ 3-მა პროცენტმა. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ ადამიანები არ ეცნობიან სრულ ტექსტს და მხოლოდ სათაურის ან პირველი რამდენიმე წინადადების საფუძველზე გამოაქვთ დასკვნები.
- მიუხედავად იმისა, რომ კომენტარების ავტორთა ნაწილი მიხვდა, რომ გვერდი ყალბი იყო, არავის მიუმართავს რაიმე ზომისთვის მასთან საბრძოლველად, არ გაუგზავნიათ რეპორტი ფეისბუქის გვერდისთვის, არ მოუწერიათ პირად შეტყობინებაში, რომ წაგვეშალა ნიუსი. მხოლოდ კომენტარებში აღნიშვნით შემოიფარგლნენ.

6. ნაშრომის დასკვნები

კონტენტ ანალიზის შედეგები ადასტურებს, რომ საქართველოში ყველაზე დიდი სოციალური ქსელი, ფეისბუქი ზუგდიდის მერის წინასაარჩევნო პერიოდში აქტიურად გამოიყენებოდა არა მხოლოდ რეალური ინფორმაციისა და ფაქტების, არამედ ყალბი ახალი ამბების გავრცელებისთვის და საზოგადოების შეცდომაში შეყვანის მიზნით.

- ე.წ. საინფორმაციო ომს ჰქონდა საკმაოდ მძიმე ხასიათი და ატარებდა პოლიტიკური ორგანიზაციებისა და ცალკეული პირების დისკრედიტაციის მიზანმიმართულ ხასიათს. განსაკუთრებით მძიმე იყო კამპანია, ერთ-ერთი საარჩევნო კანდიდატის, სანდრა რულოვსის მიმართ.
- მარტის მეორე ნახევრიდან დაიწყო რულოვსის მიმართ მავნე მესიჯების გაჟღერება და ასეთი პოსტების დასპონსორება. თვალშისაცემი იყო, სახელდახელოდ შექმნილი ფეისბუქის გვერდები (როგორცაა, მაგალითად, „ნაცი კლავს“ ან „ორი გვამი უნდათ“), რომელთა ერთადერთი მიზანიც ამ პოლიტიკოსი ქალის შეურაცხყოფა და საზოგადოებაში მის მიმართ ნეგატიური განწყობის შექმნა იყო.
- აღნიშნულ გვერდებზე თითქმის ყოველდღიურად ან დღეში რამდენჯერმე ვრცელდებოდა შეურაცხმყოფელი და ყალბი ინფორმაციის შემცველი პოსტები, ხოლო მაისის ბოლოდან, როდესაც არჩევნების პერიოდი დასრულდა და სანდრა რულოვსმა წააგო, გვერდებზე მის მიმართ აგრესია ერთიანად შეწყდა, რაც იმას მოწმობს, რომ გვერდებმა საკუთარი ფუნქცია შეასრულეს და შემდეგ ეტაპზე აღარ იყვნენ საჭირო.
- დისკრედიტაციის მიზნით შექმნილი გვერდები მკვეთრად ნეგატიური შინაარსის პოსტებით შეურაცხყოფას აყენებდნენ სანდრა რულოვსს. აგინებდნენ და უცენზურო სიტყვებით მოიხსენიებდნენ. ხოლო, როცა ასე არ იქცეოდნენ, ავრცელებდნენ ყალბი ინფორმაციის შემცველ პოსტებს.
- ე.წ. მესიჯ ბოქსი ერთმანეთის მსგავსი იყო. ხშირად ინფორმაციის წყაროდ ერთმანეთს იყენებდნენ და ერთმანეთისგან აზიარებდნენ კონტენტს, მაგალითად, „სავალ-დასავალი“ აზიარებდა გვერდიდან „ნაცი კლავს“, ეს უკანასკნელი

ინფორმაციას აზიარებდა გვერდიდან „ორი გვამი უნდათ“ და პირიქით. ასე ვთქვათ, ჩაკეტილი წრეში ტრიალებდა და ვრცელდებოდა ინფორმაცია. გარდა ამისა, აღნიშნული გვერდები ეყრდნობოდნენ ასევე სახელდახელოდ შექმნილ ვითომდა საინფორმაციო ვებგვერდებს, რომელთა ნაწილიც ამჟამად უკვე წაშლილი, ხოლო კონტენტი მიუწვდომელია.

- აღნიშნული გვერდები დიდი ინტენსივობით უშვებდნენ დეზინფორმაციას ფეისბუქის რეკლამაზეც და ამაში თანხებს იხდიდნენ.
- ყალბი ინფორმაციის გამავრცელებელი ფეისბუქის გვერდები ასაჯაროვებდნენ პოლიტიკოსი ქალის პირადი ცხოვრების დეტალებს, რომელთაგან უმეტესი ტყუილი ან ნაწილობრივ სიმართლის შემცველი იყო. ავრცელებდნენ მისი მეუღლის მიერ ღალატის შესახებ ინფორმაციას და მუდმივად ხაზს უსვამდნენ, რომ ეს ქალი საკუთარ ოჯახსაც არ უნდოდა, არათუ საქართველოს.
- ნეგატიურ კონტექსტში უსვამდნენ ხაზს მის უცხოელობას - „გადამთიელობას“ და საზოგადოებაში აღვივებდნენ ქსენოფობიურ და ირაციონალურ შიშებსა და ზიზღს უცხოელის მიმართ, თითქოსდა მხოლოდ ქართველი, უფრო დაზუსტებით კი მეგრელი შეძლებდა, ყოფილიყო ზუგდიდის ღირსეული მერი. რულოვსს უწოდებდნენ „წუწკ ჰოლანდიელს“ და სამშობლოში უკან დაბრუნებისკენ მოუწოდებდნენ.
- გვერდები აპელირებდნენ მიხეილ სააკაშვილის სახელით და სანდრა რულოვსს სააკაშვილის ცოლად, ნეგატიურ კონტექსტში მოიხსენიებდნენ. მიზანი იყო ის, რომ კანდიდატი არ აღქმულიყო დამოუკიდებელ ინდივიდად, არამედ ყოფილიყო მუდმივად მიხეილ სააკაშვილთან და მის წარსულ პოლიტიკურ შეცდომებთან დაკავშირებული.
- რულოვსს აკავშირებდნენ პოლიტიკური პარტიის, ნაციონალური მოძრაობის 9 წლიან რეჟიმთან, რა პერიოდშიც დაარბიეს ბევრი აქცია და საქართველოს მოსახლეობის ნაწილისთვის ეს წლები დაკავშირებულია სისხლიან და ძალადობრივ მმართველობასთან. შესაბამისად, ყალბი გვერდები მუდმივად ცდილობდნენ ამის ხაზგასმას და პარალელს ავლებდნენ აღნიშნულ 9 წლიან

რეჟიმთან. წერდნენ, რომ თუ სანდრა რულოვსი ზუგდიდში გაიმარჯვებდა, ნაციონალები და მიხეილ სააკაშვილი დაბრუნდებოდნენ, ყველას ციხეში ჩასვამდნენ და ისევ გააგრძელებდნენ „სისხლიან მმართველობას“.

- დაკვირვების ყველა ობიექტი ორკესტრირებულად და მსგავსი სცენარით მოქმედებდა. მნიშვნელოვანია, გამოვყოთ მთავარი მესიჯი, რომელიც მუდმივად ტრიალებდა საკვლევი პერიოდის განმავლობაში: სანდრა - მფატრავი და სანდრა - ორგანოებით მოვაჭრე. ე.წ. საინფორმაციო პლატფორმები დიდი ინტენსივობით ქმნიდნენ კონტენტს სანდრა რულოვსის მიერ ორგანოებით ვაჭრობის თემაზე. პოლიტიკოსს ადანაშაულებდნენ ცოცხალი ადამიანების ორგანოების ამოჭრასა და შემდეგ გაყიდვაში, რაც მოგვიანებით ამ ადამიანების სიკვდილს იწვევდა. ამ ინფორმაციის „დასამტკიცებლად“ მოჰყავდათ სტატისტიკა და რიცხვები, ხოლო წყაროდ ეყრდნობოდნენ ანგარიშს, რომლის სახელს, ავტორსა და წარმომავლობას არ ასახელებდნენ.
- გვერდები ხშირად მიმართავდნენ ფოტო და ვიდეო მანიპულაციას, სადაც რულოვსის თავი ედგა სხვა ადამიანის ტანს ან სანდრას საარჩევნო ვიდეოს ედო სხვა პიროვნების ხმა. მიზანი ისევ საზოგადოების შეცდომაში შეყვანა იყო.
- ფეისბუქის გვერდები იყენებდნენ პარტია „ნაციონალური მოძრაობის“ ლოგოს, ფერებს, პლაკატებსა და სლოგანებს. გამოუცდელი მკითხველი, ერთი შეხედვით ვერც კი გაარჩევდა პარტიის რეალურ გვერდთან ჰქონდა საქმე თუ ფაბრიკაციასთან.
- კიდევ ერთი მესიჯი, რომლის გარშემოც რულოვსის ანტიკამპანია ტრიალებდა, იყო ზვიად გამსახურდიას შეურაცხყოფა. სანდრა რულოვსმა თავის ავტობიოგრაფიულ წიგნში, „იდეალისტის ნაამბობი“, ზვიადი ნეგატიურ კონტექსტში მოიხსენია, თუმცა, როგორც მოგვიანებით ახსნა, ეს წიგნი არ იყო ისტორიული და სამეცნიერო ნაშრომი, არამედ სუბიექტური, მხატვრული ღირებულების ნაწარმოები. გარდა ამისა, როცა წიგნი დაიწერა, მას არ ჰქონდა ღრმა ცოდნა საქართველოს ისტორიის შესახებ და მას შემდეგ ბევრი რამე გადააფასა,

თუმცა, ყალბი გვერდები მაინც აქტიურად ცდილობდნენ ამ მესიჯის ნიადაგზე საზოგადოებაში სიძულვილისა და შუღლის გაღვივებას.

- რაც შეეხება საზოგადოების რეაქციასა და ფეისბუქის მომხმარებლებისგან მიღებულ უკუგებას, კომენტარების მონიტორინგიდან აშკარა გახდა, რომ ამ გვერდებზე საშუალოდ 30 კომენტარიდან მხოლოდ 2 ან 3 კრიტიკული შინაარსის კომენტარი იწერებოდა. დანარჩენი კი ცალსახად ნეგატიური იყო სანდრა რულოვსის მიმართ, რაც იმის თქმის საფუძველს გვაძლევს, რომ ფეისბუქის მომხმარებლების დიდი ნაწილი, მართლაც, ვერ არჩევს ყალბ ინფორმაციას რეალურისგან.

ჩატარებული ელექტრონული გამოკითხვის შეჯერებით კი შემდეგი ტენდენციებისა და დასკვნების გამოკვეთა შესაძლებელი:

- გამოკითხულთა უმეტესობა თვლის, რომ შეუძლია ყალბი ინფორმაციის გარჩევა ფაქტებისგან, თუმცა, ამავე გამოკითხვიდან დასტურდება, რომ დაახლოებით 5 %, ვინც ამას ამბობს, ვერ არჩევს ყალბ ნიუსს ნამდვილი ინფორმაციისგან.
- გამოკითხულთა უმრავლესობა კვლევაში მოყვანილი ყალბი ამბების სიმართლეს არ ადასტურებს და ამბობს, რომ სიცრუეა. ე.ი. არ ტყუვდება პროპაგანდისტული ინფორმაციით.
- ისინი, ვისაც გამოკითხვაში მოყვანილი ყალბი ინფორმაციის სიმართლის სჯერა, არიან ახალგაზრდები და ძირითადად, მიეკუთვნებიან 27-დან 35 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიას.
- ისინი, ვინც კითხვარში არსებულ ცრუ ინფორმაციაზე უთითებს, რომ არ იცის სიმართლეს შეესაბამება თუ არა, თითქმის თანაბრად ნაწილდებიან ყველა ასაკობრივ კატეგორიაში.
- ის რესპონდენტები, რომლებიც ერთ-ერთ „ფეიკ ნიუსს“ სიმართლედ მიიჩნევენ, აქვთ ტენდენცია, რომ სხვა „ფეიკ ნიუსებიც“ სიმართლედ მიიჩნიონ. ე.ი, ძირითადად, ერთი და იგივე ადამიანები ეგებიან ყალბ ინფორმაციაზე.
- გამოკითხვის მიხედვით, ის ადამიანები, რომლებსაც სჯერათ გავრცელებული „ფეიკ ნიუსების“, ან არ იციან, სჯეროდეთ თუ არა, კითხვარში იმასაც უთითებენ,

რომ ამოწმებენ ინფორმაცია ყალბია თუ არა: უყურებენ გამავრცელებს, აკვირდებიან სათაურს და ა.შ.

- გამოკითხვის მიხედვით, დადგინდა, რომ როდესაც რესპონდენტების უმეტესობა გადააწყდება ყალბ ინფორმაციას და ამის იდენტიფიცირებას მოახდენს, ამის შემდეგ არანაირ საშუალებას არ მიმართავს მასთან საბრძოლველად.
- გამოკითხულთა უმეტესობა ინფორმაციის სანდოობას ამოწმებს სხვა, დამატებითი წყაროების მოძიებით და ასევე აკვირდება გამავრცელებს და მის რეპუტაციას.
- გამოკითხულთა უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ ყალბ, პროპაგანდისტულ ინფორმაციას რაღაც ტიპის ნეგატიური ზეგავლენა მაინც აქვს ფეისბუქის ქართველ მომხმარებლებზე: ცვლის ან აკონტროლებს განწყობას პოლიტიკური პროცესების მიმართ, აღვივებს შუღლს უმცირესობების მიმართ, იწვევს უნდობლობას მედიის მიმართ, ცვლის საქართველოს ევროპულ კურსს.
- გამოკითხულთა მნიშვნელოვანი პროცენტი ვერ ან არ არჩევს ყალბ ინფორმაციას რეალური ფაქტებისგან.

ექსპერიმენტის შედეგები რამდენიმე მნიშვნელოვან ტენდენციას გამოყოფს, რაც ზოგადი დასკვნების გაკეთებაში გვეხმარება.

- ყალბი გვერდების შექმნა და ყალბი ახალი ამბების გავრცელება სოციალურ ქსელში, „ფეისბუქში“ ძალიან მარტივია.
- მინიმალური ხარჯებია საჭირო იმისთვის, რომ საკმაოდ დიდ აუდიტორიაზე გახვიდე (ჩვენ შემთხვევაში ეს 10 დოლარი იყო).
- პოსტზე რეაქციებისა და დაწერილი კომენტარების მიხედვით, ნათელი ხდება, რომ ასაკიანი ადამიანები (46 წლისა და ზემოთ) უფრო მეტად არიან მიდრეკილნი იმისკენ, რომ დაიჯერონ ყალბი ახალი ამბები და არ გადაამოწმონ ინფორმაცია. ეს შესაძლოა, იმით იყოს განპირობებული, რომ ტექნოლოგიების აღმავლობის ეპოქაში არ დაბადებულან და ისე ბუნებრივად ვერ ერკვევიან ამ სივრცეში, როგორც ახალგაზრდები.

- 25 – 45 წლის ასაკის ახალგაზრდები ნაკლებად იჯერებენ „ფეიკ ნიუსებს“, ნაკლებად ერთვებიან მსგავსი ტიპის დისკუსიებში და ნაკლებად ტოვებენ კომენტარებს.
- ნაწილი, ვისაც სჯერა გავრცელებული ყალბი ნიუსის, მასონების მიერ დაფინანსებულ პარტიებად სამთავრობო პარტიები მიაჩნია, ხოლო ნაწილს ოპოზიციური პარტიები.
- დაწერილი კომენტარების მიხედვით, ახალი ამბავი სრულად წაიკითხა მთლიანი მონაცემის მხოლოდ 3-მა პროცენტმა. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ ადამიანები არ ეცნობიან სრულ ტექსტს და მხოლოდ სათაურის ან პირველი რამდენიმე წინადადების საფუძველზე გამოაქვთ დასკვნები.
- მიუხედავად იმისა, რომ კომენტარების ავტორთა ნაწილი მიხვდა, რომ გვერდი ყალბი იყო, არავის მიუმართავს რაიმე ზომისთვის მასთან საბრძოლველად, არ გაუზავნიათ რეპორტი ფეისბუქის გვერდისთვის, არ მოუწერიათ პირად შეტყობინებაში, რომ წაგვეშალა ნიუსი. მხოლოდ კომენტარებში აღნიშვნით შემოიფარგლნენ.

კვლევის მიხედვით ჰიპოთეზა, რომ ფეისბუქის ქართველი მომხმარებლების უმრავლესობა ყალბ ინფორმაციასთან საბრძოლველად არაფერს არ აკეთებს, დასტურდება. რესპონდენტთა დიდი ნაწილი სწორედ იმას ამბობს, რომ „ფეიკ ნიუსებს“ არანაირი საშუალებით არ ებრძვის. იმავეს გვეუბნება ექსპერიმენტის შედეგებიც.

ხოლო ვარაუდი, რომ ფეისბუქის ქართველი მომხმარებლები (დიდი ნაწილი) ვერ ახერხებენ ყალბი ახალი ამბების იდენტიფიცირებას, არც დასტურდება, არც მტკიცდება, არამედ რჩება ღია პრობლემად. ერთის მხრივ კონტენტ ანალიზის მეშვეობით ჩანს ფეისბუქის მრავალი მომხმარებელი, რომელიც კითხულობს და იწერს ყალბ გვერდებს, კომენტარებს წერს და ერთი შეხედვით სჯერა ამ ინფორმაციის, ექსპერიმენტის შედეგებშიც ვხედავთ, რომ მომხმარებლების უმეტესობა სერიოზულად განიხილავს დეზინფორმაციას. მეორეს მხრივ კი გამოკითხულთა დიდი ნაწილი არჩევს „ფეიკ ნიუსს“ ფაქტებისგან. ეს კი ექვსის საფუძველს იძლევა, რომ მომხმარებლები, რომლებიც ეხმიანებიან, კითხულობენ და აკომენტარებენ ფეიკ ნიუსებზე, შესაძლოა არჩევენ კიდევ

ფაქტებსა და სიცრუეს ერთმანეთისგან და მიზანმიმართულად იქცევინ ასე, რათა შექმნან სასურველი ტენდენცია და პოლიტიკური განწყობა საზოგადოებაში. ამიტომ მეორე ჰიპოთეზას ვტოვებ ღია პრობლემად, რომელიც საჭიროებს დამატებით კვლევებს.

ბიბლიოგრაფია:

1. საქართველოს კონსტიტუცია
2. საქართველოს კანონი სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ
3. საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსი
4. თორნტონი და თურმანიძე (2019). *საზოგადოების განწყობა საქართველოში*. ჩატარებულია NDI-ის დაკვეთით, CRRC-საქართველოს მიერ
5. რიჟამაძე და სხვ. (2018). *სოციალური მედიის მონიტორინგი. 2018 წლის საპრეზიდენტო არჩევნები*. სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება
6. *ტროლების ფაბრიკა TBC-ის, არასამთავრობოების და მედიის წინააღმდეგ*. (2019). მედიის განვითარების ფონდი
7. Adria, M., & Mao, Y. (2017). *Handbook for research on citizen engagement and public participation in the era of New Media*. IGI Global
8. Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim & Richard Ling (2018) Defining “Fake News”, *Digital Journalism*, 6:2, 137-153, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143
9. Egelhofer, L. J., & Lecheler, S. (2019). *Fake News As a Two-Dimensional Phenomenon: a framework and research agenda*. *Annals of the International Communication Association*. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
10. Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, “fake news” & disinformation, Handbook for journalism education and training*. UNESCO series on journalism education
11. Jayson Demers. *59 % of you will share this article without even reading it*. (2016). Forbes.
12. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements Of Journalism*. Three Rivers Press, New
13. Kalsnes, B. (2018). *Fake News*. Oxford Research Encyclopedia of Communication

14. Kruger, A. (2017). *Ahead of the e-Curve in fact checking and verification education: The University Of Hong Kong's Cyber News Verification Lab Leads Verification Education In Asia*. Asia Pacific Media Educator.
15. McGonagle, T. (2017). *Fake News: False Fears or Real Concerns?* Netherlands Quarterly Of Human Rights. DOI: 10.1177/0924051917738685
16. Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news - An economic perspective*; Digital Economy Working Paper 2018-02; JRC Technical Reports
17. Posetti J., & Matthews A. (2018). A short guide to the history of “fake news” and disinformation. International center for journalists.
18. Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model. Why it works and options to counter it*. Rand Corporation.
19. Social media stats Georgia. (Apr. 2018 – Apr. 2019). Statcounter.
<http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/georgia>
20. Facebook for Media. *Working to stop misinformation and false news*. (2017).
<https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/working-to-stop-misinformation-and-false-news>
21. გაზეთი „ასავალ-დასავალი“. (2019): <https://www.facebook.com/asavali.ge/>
22. ფეისბუქის გვერდი „მიხეილ უკრაინოლოგი“. (2019):
<https://www.facebook.com/mikheilukrainologi/>
23. ფეისბუქის გვერდი „ნაცი კლავს“. (2019): <https://www.facebook.com/Naciaklavs/>
24. ფეისბუქის გვერდი „ორი გვამი უნდათ“. (2019):
<https://www.facebook.com/origvamiundat/>
25. ფეისბუქის გვერდი „თავისუფალი ზონა“. (2019):
<https://www.facebook.com/tzona.org/>

დანართი 1. სატიტულო ფურცელი

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Salome Khatiashvili

The impact of fake news in social media network Facebook

How Georgian users detect and fight against fake news

Media and New Technologies

The Master of Journalism Thesis

Natia Kuprashvili

Associate professor of Tbilisi State University

Tbilisi

2019

დანართი 2. კონტენტ ანალიზის ვიზუალური მასალები

ასავალ-დასავალი
May 17 at 4:04 AM · 🌐

დედა ჩაუმარებია სააკაშვილის ცოლს დაწესებულებაში და ქართველებს რატომ დაგვიწოდებს?

PALITRAVIDEO.GE

სანდრა რულოვსი "ნანუკას შოუსი" ატირდა - ყოფილი პირველი ლედის ემოციური მონაყოლი დედაზე

👍👎👍 119 92 Comments 5 Shares

Like Comment Share

Most Relevant ▾

Write a comment...

Top Contributor
Kate Katia Kuchava მამინ რატომ არ ტიროდი შე ნაბოღვარო მთელი ახალგაზრდობა რომ ჩაზოცა და მშვიდობიანი მომიტიინე ახალგაზრდობა სისხლით რომ დაარბია შენმა თე@ლმა ქმარმა და რამდენი რამ კიდევ . გეყოთ სატანური ცრემლებით ვაჭრობა

Like · Reply · 3w 55

48

⁴⁸გაზეთი „ასავალ-დასავალი“: <https://www.facebook.com/asavali.ge/>

Like Follow Share ...

წუნკი ჰოლანდიელი
ზუგდიდის მერად

ნაცი კლავს
@Naciaklavs

Home
About
Photos
Videos
Posts
Community

ქალაქის მთავრობის
სამსახურის მხარდაჭერა

თირკმელი-800ლ
გული-3000ლ
ღვიძლი-1300ლ
ფილტვი-900ლ
ნეკნი-უფასო

5

51

ორი გვამი უნდათ
April 11 · 🌐

უცოდველი თვალებით ზუგდიდის მოგებას აპირებს გოგო

სანდრა რულონი

👍👎👏 394

60 Comments 66 Shares

52

⁵¹ ფეისბუქის გვერდი „ნაცი კლავს“: <https://www.facebook.com/Naciaklavs/>

⁵² ფეისბუქის გვერდი „ორი გვამი უნდათ“: <https://www.facebook.com/origvamiundat/>



“წუნკი კოლანდიელი” ზუგდიდის მერად

492

199 Comments 72 Shares

Like

Comment

Share

Most Relevant



Write a comment...



Laura Chumburidze ჩვენდა სამწუხაროდ, სანდო წყაროდან ვიცი რომ ბევრი უჭერს მხარს. გრცხვენოდეთ შეგრელებო. ჭკვიანი ხალხი ხართ და არ გეპატიებათ თეთრის და შავის არ გარჩევა.

6056442, Like · Reply · 8w

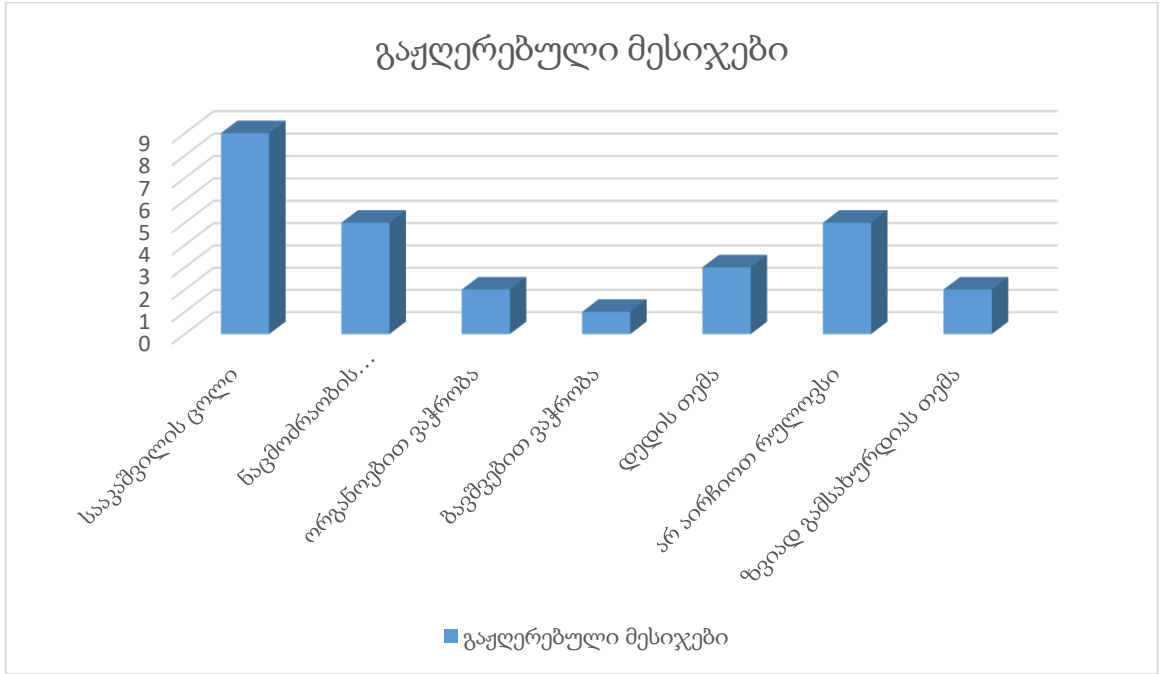
32

53

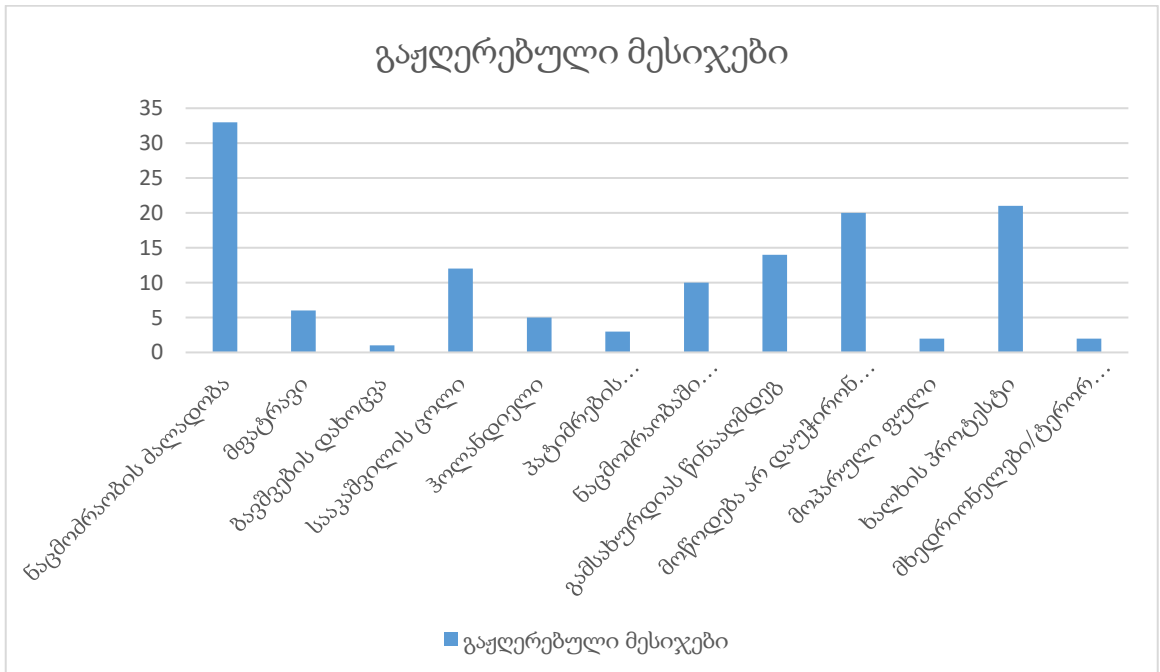
⁵³ ფეისბუქის გვერდი „ორი გვამი უნდათ“: <https://www.facebook.com/origvamiundat/>

დანართი 3. კონტენტ ანალიზის გრაფიკული სქემები

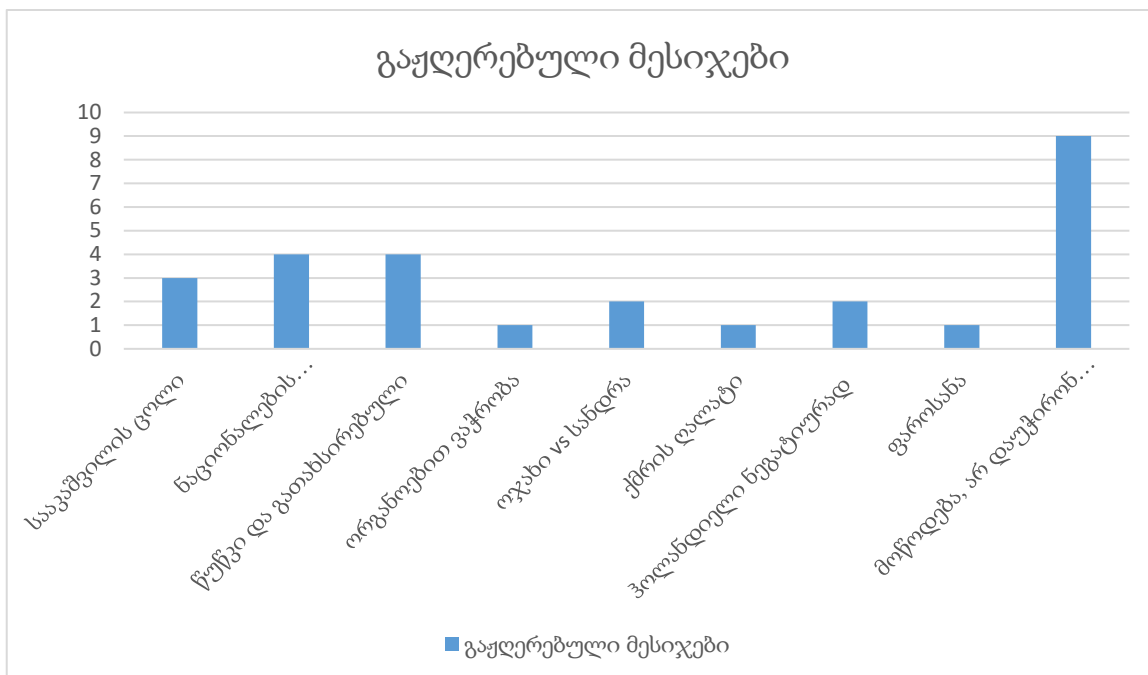
ასავალ-დასავალი



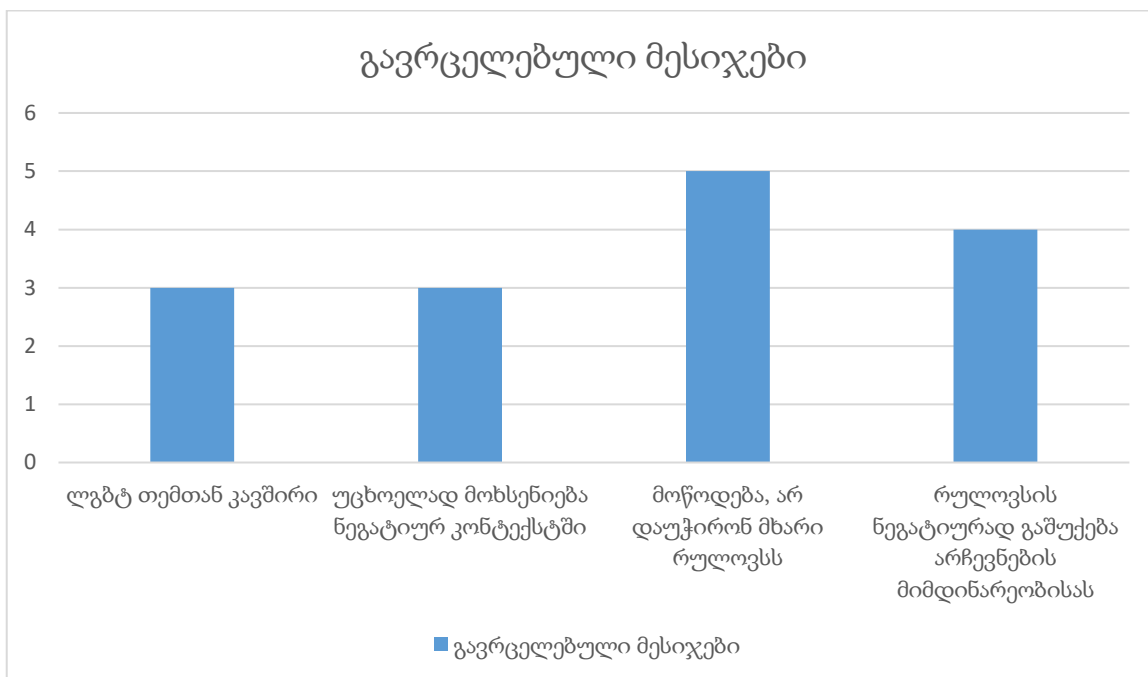
ნაცი კლავს



ორი გვაში უნდათ

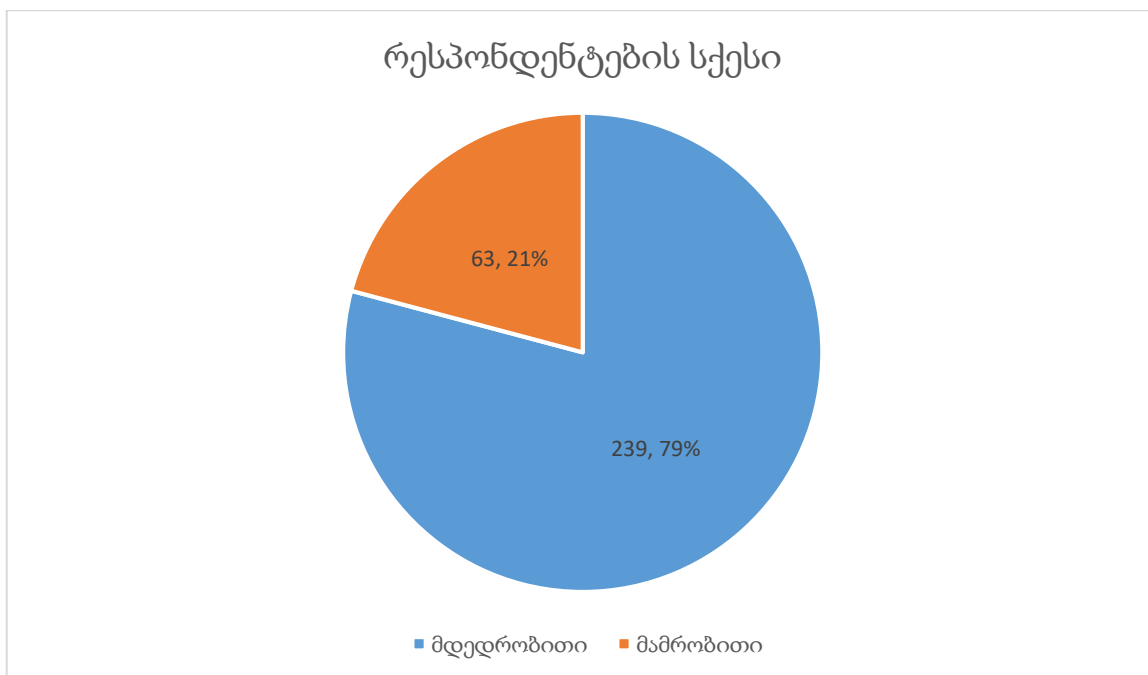


მიხეილ უკრაინოლოგი

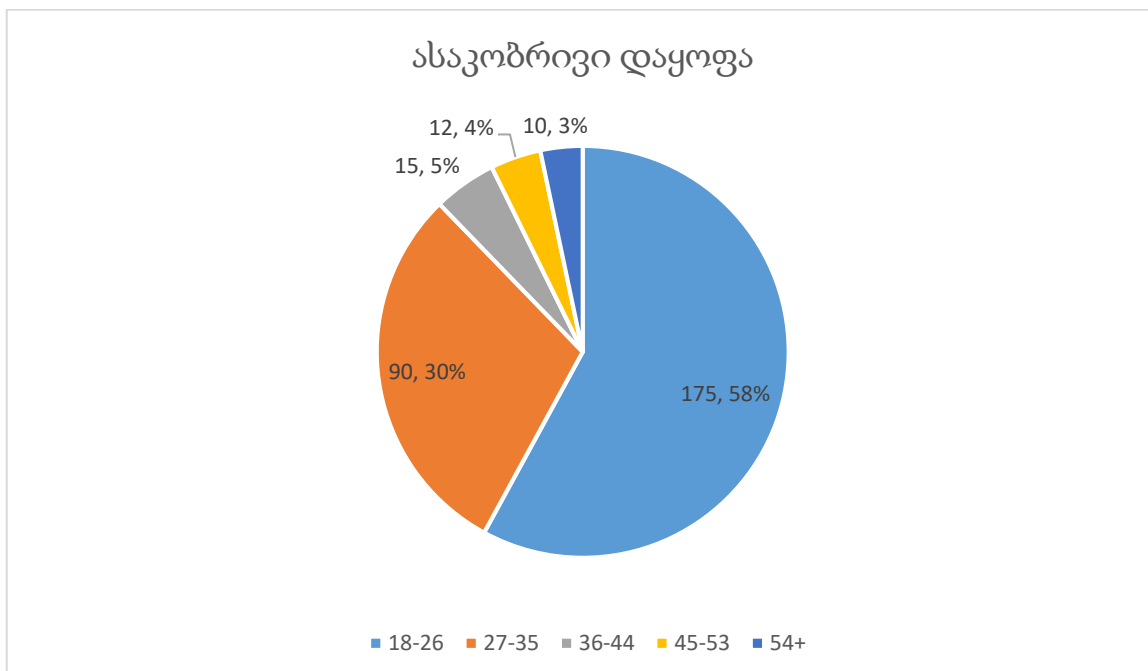


დანართი 4. გამოკითხვის შედეგები

სქესთა გადანაწილება

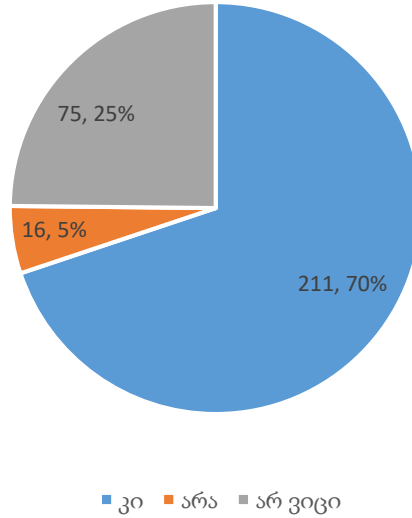


ასაკობრივი კატეგორიები



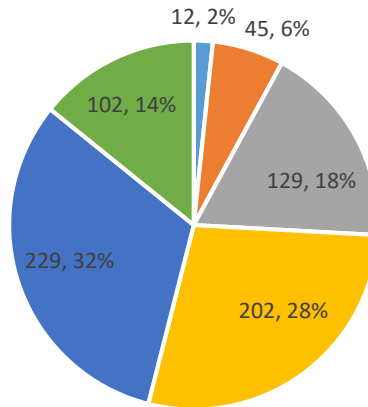
ყალბი ახალი ამბების ამოცნობა

შეგიძლიათ, ამოიცნოთ ყალბი ახალი ამბავი?



ინფორმაციის სანდოობის შემოწმება

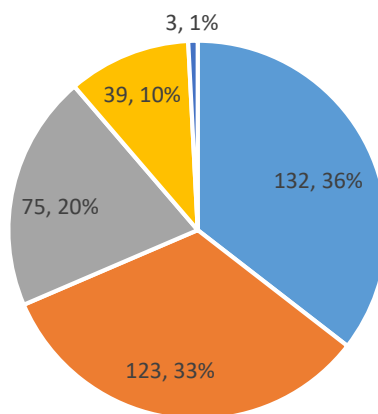
როგორ ამოწმებთ ინფორმაციის სანდოობას?



- არ ვამოწმებ
- ნაცნობებს ვეკითხები
- სათაურს ვაკვირდები
- დამატებით წყაროებს ვეძებ
- ინფორმაციის გამავრცელებელსა და მის რეპუტაციას ვაკვირდები
- კომენტარებს ვკითხულობ

ბრძოლა ყალბი ნიუსების წინააღმდეგ

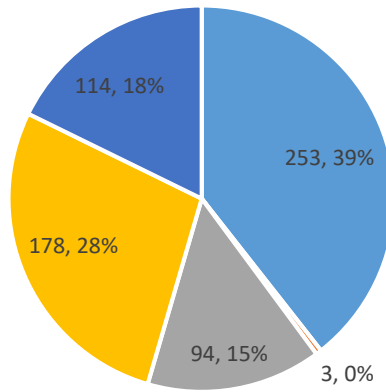
როცა ხვდებით, რომ ინფორმაცია ყალბია, რას აკეთებთ?



- არაფერს
- ვარეპორტებ
- ვაზიარებ პირად გვერდზე და ვუთითებ, რომ ყალბია
- პოსტის ქვეშ ვწერ კომენტარს, რომ ინფორმაცია ყალბია
- ვეკონტაქტები გვერდს, რომ წაშალონ ინფორმაცია

ყალბი ახალი ამბების გავლენა

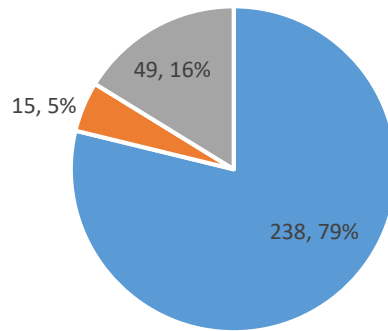
თქვენი გამოცდილებით, როგორია ფეიკ ნიუსების გავლენა ფეისბუქის ქართულ მომხმარებლებზე



- ცვლის განწყობას საქართველოს ევროპული კურსის მიმართ
- აღვივებს შუღლს უმცირესობების მიმართ
- იწვევს უნდობლობას მედიის მიმართ
- არანაირი გავლენა არ აქვს
- ყალბი ამბების გავრცელება ცვლის ან აკონტროლებს მათ განწყობას სხვადასხვა პოლიტიკური პროცესის მიმართ

სანდრა რულოვსი და ადამიანის ორგანოებით ვაჭრობა

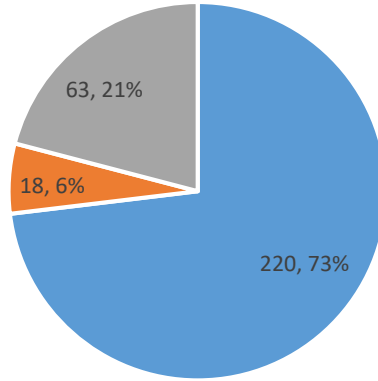
თქვენი აზრით, სიმართლეა თუ არა, რომ სანდრა რულოვსი ვაჭრობს ან ვაჭრობდა ადამიანის ორგანოებით?



■ არ არის სიმართლე ■ სიმართლე ■ არ ვიცი

ლუგარის ლაბორატორია

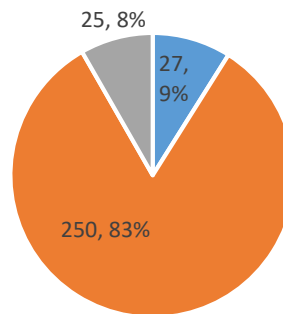
თქვენი აზრით, სიმართლეა თუ არა, რომ თბილისში მდებარე "ლუგარის ლაბორატორია" დაავადებებს ავრცელებს?



■ არ არის სიმართლე ■ სიმართლეა ■ არ ვიცი

გარყვნილების პროპაგანდა

თქვენი აზრით, სიმართლეა თუ არა, რომ ევროპა და ამერიკის შეერთებული შტატები საქართველოში გარყვნილების პროპაგანდას აფინანსებენ?



■ სიმართლეა ■ არ არის სიმართლე ■ არ ვიცი

დანართი 5. ექსპერიმენტი

ფეისბუქ გვერდის პროფილისა და გარეკანის ფოტო



„მედია თბილისის“ პოსტი

Tbilisi2019
3 სთ. · 🌐

უკრაინული Kyiv Post-ის ინფორმაციით, 2 უკრაინულ და 4 ქართულ პოლიტიკურ პარტიას მასონები აფინანსებენ. აღნიშნულის შესახებ უკრაინულ გამოცემას ერთ-ერთი მაღალჩინოსანი მასონი, ნავთობმაგნატი და ბილდერბერგის კლუბის წევრი, გრეგორ უაითი აწვდის, რომელიც კიზოს უკანასკნელი სტადიით არის დასნებოვნებული.

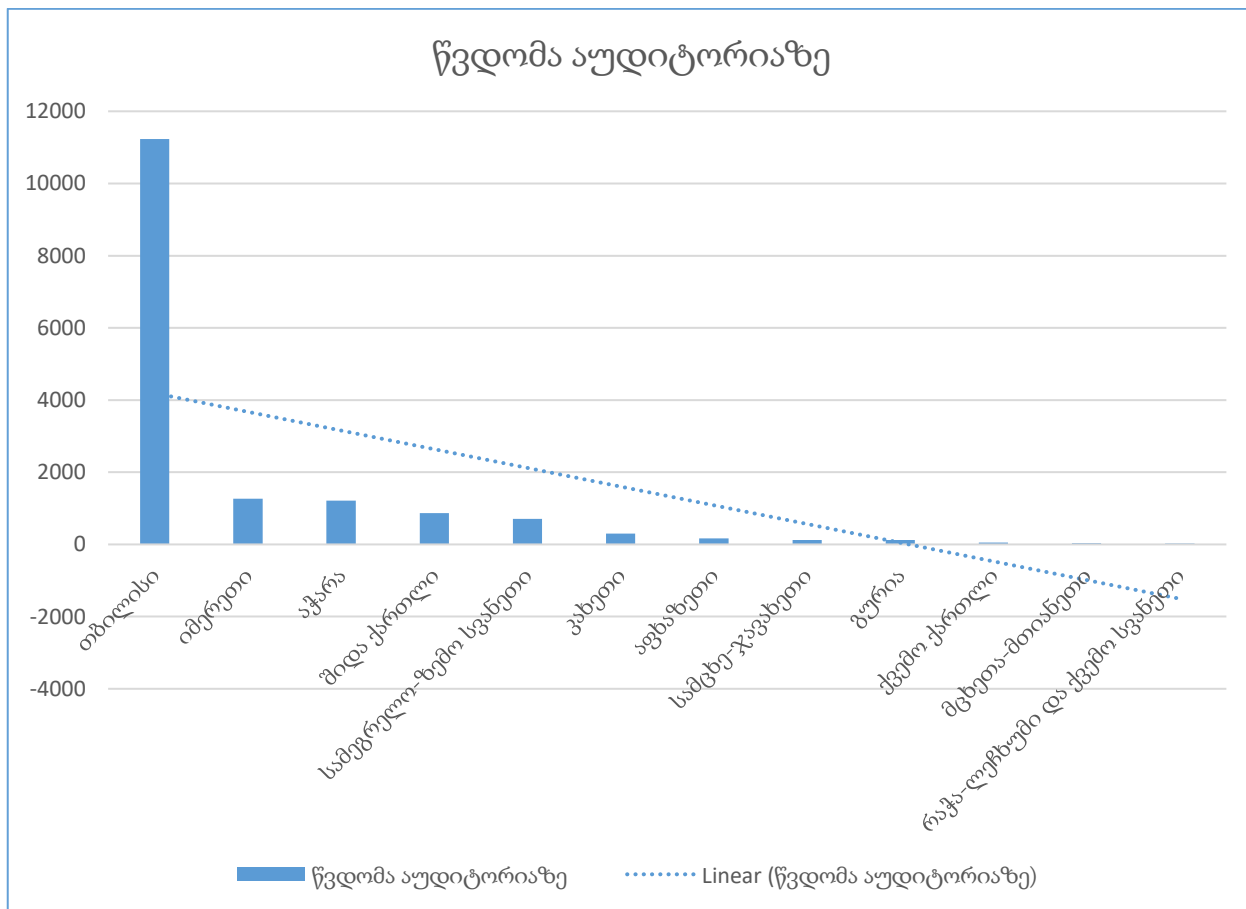
სიკვდილის სარეცელს მიჯაჭვული ნავთობმარონის განცხადებით, უახლოეს მომავალში მსოფლიო გეოპოლიტიკაში რადიკალური ცვლილებების მოსალოდნელია: ჩინეთი დაიკავებს წამყვან ადგილს მსოფლიოში და უახლოეს მომავალში აშშ-ს ჩაენაცვლება. მსოფლიოს ჭეშმარიტი მმართველები კი დღემდე გასაიდუმლოებული ილუმინატები არიან.

ამერიკული გავლენის პოსტსაბჭოთა სივრცეზე შესანარჩუნებლად და "ახალი მსოფლიო წესრიგის" დასაწყობებლად, უაითის განცხადებით, მასონებმა მხოლოდ 2018 წელს 260 მილიონი დოლარი გამოყვეს რაც 2 უკრაინულ და 4 პროდასავლურ პარტიაზე გადანაწილდა. გაეცანით სტატიას სრულად ვებგვერდზე: <http://bit.ly/mediatbilisi>

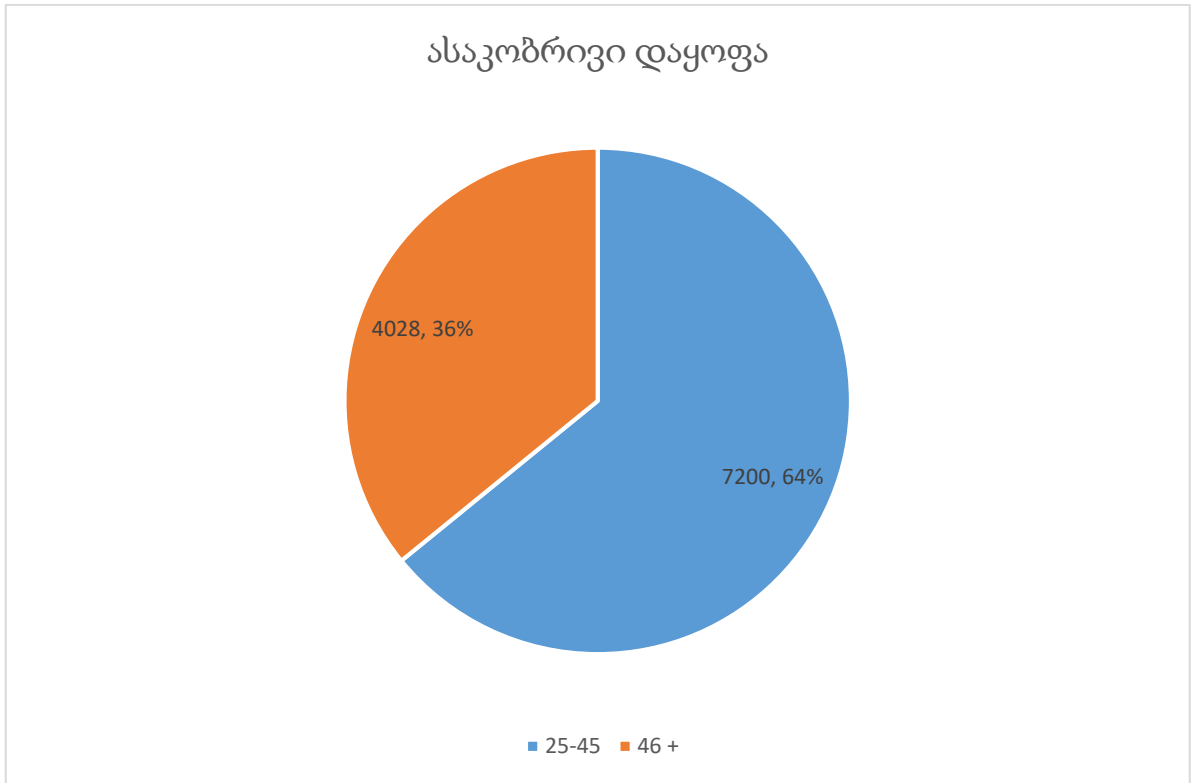
მინიშნება „ვორდპრესის“ ბლოგზე გამოქვეყნებულ სტატიაში

ყურადღება: ზემოთქმული ინფორმაცია არ შეესაბამება სინამდვილეს, მომზადებულია ქართულ მედიაში გავრცელებულ "Fake News- ებზე" დაყრდნობით და ემსახურება მხოლოდ კვლევით მიზნებს.

ფეისბუქის პოსტის წვდომა საქართველოს მხარეების მიხედვით



აუდიტორიის წევრმა პოსტზე ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით



რეაქციები და უკუკავშირი ფეისბუქის ყალბ ნიუსზე

Tbilisi2019
July 1 at 8:27 PM · 🌐

უკრაინული Kyiv Post-ის ინფორმაციით, 2 უკრაინულ და 4 ქართულ პოლიტიკურ პარტიას მასონები აფინანსებენ. აღნიშნულის შესახებ უკრაინულ გამოცემას ერთ-ერთი მაღალჩინოსანი მასონი, ნავთობმაგნატი და ბილდერბერგის კლუბის წევრი, გრეგორ უაითი აწვდის, რომელიც კიბოს უკანასკნელი სტადიით არის დასნებოვნებული.

სიკვდილის სარეცელს მიჯაჭვული ნავთობბარონის განცხადებით, უახლოეს მომავალში მსოფლიო გეოპოლიტიკაში რადიკალური ცვლილებებია მოსალოდნელი: ჩინეთი დაიკავებს წამყვან ადგილს მსოფლიოში და უახლოეს მომავალში აშშ-ს ჩაენაცვლება. მსოფლიოს ჭეშმარიტი მმართველები კი დღემდე გასაიდუმლოებული ილუზინატები არიან.

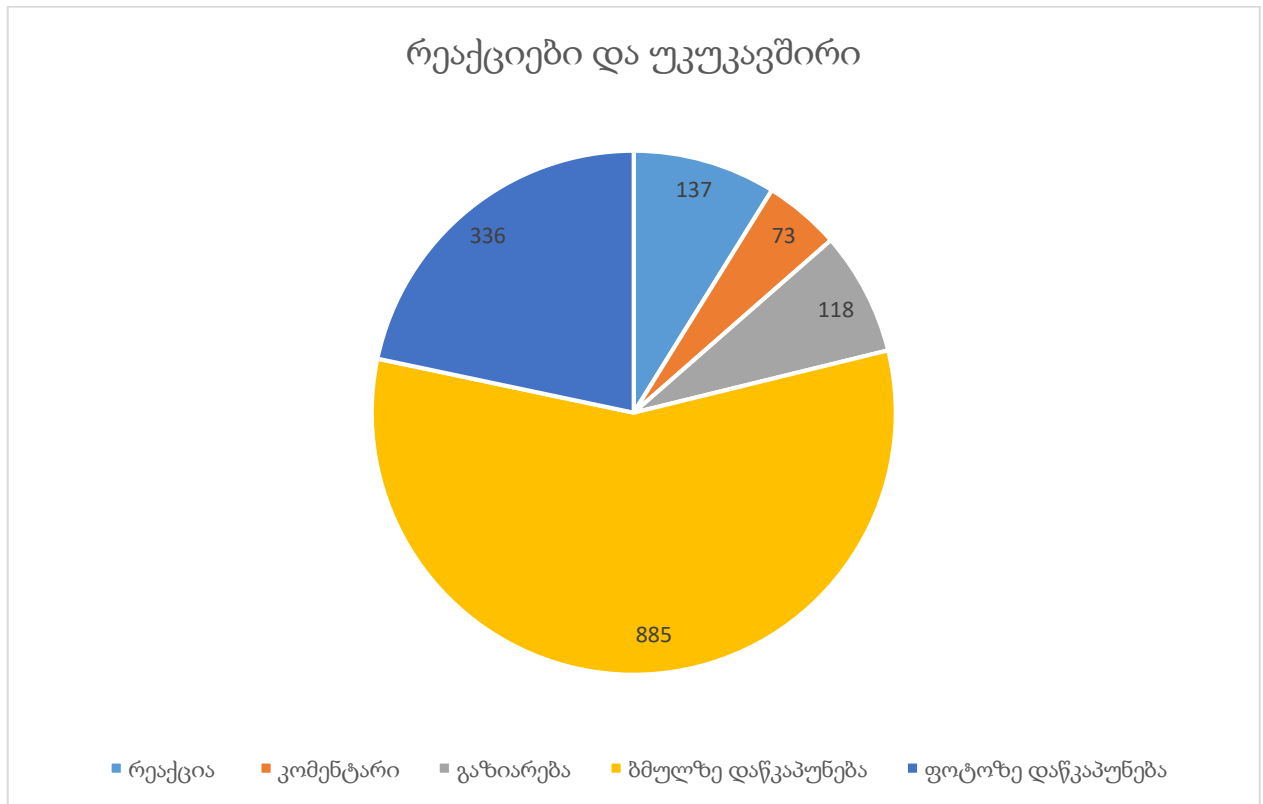
ამერიკული გავლენის მოსტესამჭოთა სივრცეზე შესანარჩუნებლად და "ახალი მსოფლიო წესრიგის" დასამყარებლად, უაითის განცხადებით, მასონებმა მხოლოდ 2018 წელს 260 მილიონი დოლარი გამოყვეს რაც 2 უკრაინულ და 4 პროდასავლურ პარტიაზე გადანაწილდა.

გაცნაობით სტატუსს სრულად ვებგვერდზე: <http://bit.ly/mediatbilisi>




👍👎🗨️ 137 73 Comments 118 Shares

რეაქციები და უკუკავშირი ფეისბუქის ყალბ ნიუსზე - გრაფიკული სქემა



კომენტარები ფეისბუქის ყალბ ნიუსზე

გვერდი Ad Center შემოს... 1 შეტყო... 16 სტატი... გამოქ... მეტი ▾



Tbilisi2019
@tbilisisambebi

მთავარი

პოსტები

მიმოხილვები

▼ იხილეთ მეტი

Promote

Manage Promotions


👍 მოწონება

📡 გამოწერა

➦ გაზიარება

⋮


დომინოს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Manana Cxadadze მასონები არ არსებობს. არსებობს სხვადასხვა ქვეყნის სეცსამსახურები, რომლებმაც მოიგონეს ათასგვარი იდეალებით მოსილი მითები მასონებზე. ისინი ასრულებენ თავიანთი ქვეყნების დავალებებს. ძირითადად ცდილობენ სხვა ქვეყნების ბუნებრივი სიმდიდრეების და მომგებიანი ობიექტების ხელში ჩაგდებას. ამოღებენ სხვა ქვეყნის ელიტას სხვადასხვა ზღაპრებით, სისულელეებით და იბირებენ, ხან ყიდულობენ ჩერჩეტებს და აწყობენ გადატრიალებებს.

👍 🗨️ 🤔 7


მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე



Fati Kaxidze Manana Cxadadze ალბათ ასეა გეტანხმები

👍 🗨️ 🤔 4


მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე



Tariel Dzebisashvili საიდან ეგ ინფორმაცია? მასონებში გყავს ჩანერგილი აგენტი თუ მასონებირამდენიმე საუკუნე არ არსებობენ

🤔 1

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე




Manana Cxadadze მე დინტერესებული ვიყავი ამით და მივედი ამ დასკვნამდე. დააკირდით და თქვენც მიხვალთ იგივე დასკვნამდე. ეს ჩემი პირადი აზრია.

👍 🗨️ 🤔 4

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე · რედაქტირებული

გთხოვთ გთხოვთ გთხოვთ გთხოვთ გთხოვთ



Cicino Mgebrishvili და დაიწყო ბოლო ხანებზე მოვიდება --- მასონები, სოროსი, ქართველობას გვართმევენ, ბიჭოოო, სისხლიანი 9 წელი 😂😂😂😂😂

👍 🗨️ 🤔 3

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე

94



Ochopintre Ocho ხა ხა ხაააააააა მსგავსი სისულელე, ანუ კულტურულად სირობა და უზრდელოურად ყ ალარ ვიტყვი. ჯერ მსოფლიოში არავის უთქვამს და რაღა ამ ბედკრულ ქვეყანაში ლაპარაკობენ. კაცი კვდებაო და საქართველოში პარტიები ადარდებს არაა. ნეტა რომელი, ბაჩუკი ქარდავა და გირჩიი. ნეტა თუ იცის მაგ მომაკვდავმა საქართველო სადაა, რომელ კონტინენტზე. 260 მილიონიო, ეგ რა არი, სემიჩვის ფული ჩაურიცხეს. 260 ით გინდათ ორი ქვეყნის ყიდვა. ისე რომ იცოდე პუტინი უფრო მეტს ურიცხავს მარტო ცხინვალს და საერთოდ რომ გაჰკვივიხარ მასონიოო, იცი რა არის მასონობა, რას ნიშნავს. მინიმუმ დაგუგლე მაინც, თუ სერიოზულად შესწავლა გეზარება

მომწონს · პასუხი · წერილი · 2 დღე



Giorgi Danelia საიდან იგონებთ,პროდასავლური მაინც ჩაკვებეს ამ რუსის ბოტებმა.

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე



Gyorgy Nebyaerheedse ნწუ ნწუ ნწუ რეები ხდება თურმე!!

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე



გამოსაქვეყნებლად დააჭერეთ ღილაკს Enter.



Eter Latibashvili მიეცი ნიჭსა გზა ფართო!...

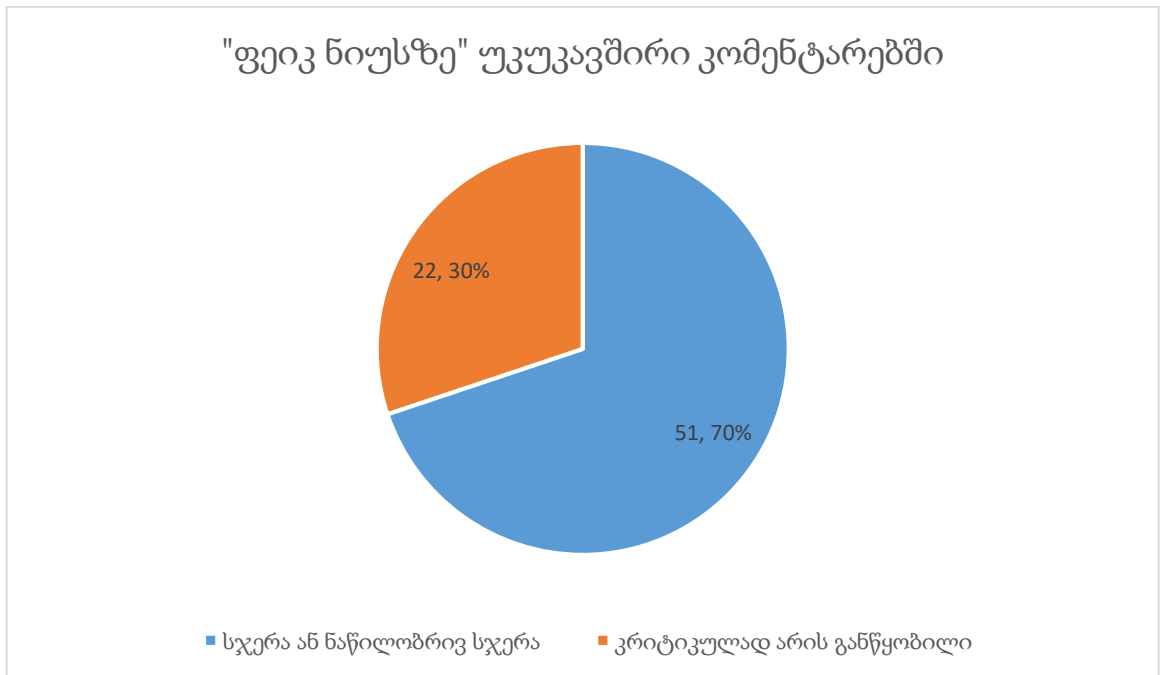
მომწონს · პასუხი · წერილი · 2 დღე



Mi Mundo მასონი არა კვერცხები ვაი თქვენს პატრონს.. დეგეწვათ ფანტაზიები

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე

კრიტიკული და არაკრიტიკული შინაარსის კომენტარები



კომენტარები ფეისბუქის ყალბ ნიუსზე



Manana Gogoladze ამ ინფორმაციაში ახალი არაფერია....

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე



Malxaz Kavtaradze სხვისი თქმა რად გვინდა ვერ ვხედავთ რომ პოზიციაც და აპოზიციაც ქართველთმომოქლენი და ქვეყნის მტრებია

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Lamara Xvedelidze მასონი ვინც არ იყო კი ვიცით როგორ გაწირა რუსულმა და ამერიკულმა სპეცსამსახურებმა ქართველების ხელით

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Tristani Danelia რაა ამაში სიახლე, მასონები აფინანსებენ გლობალისტ პიდარასტებს და ყველა ერის გამყიდველებს და მარიონეტებს

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Nanuli Wowkolauri ილუმინატები დიდხანია სააშკარაოზე გამოვიდნენ, რაღა დროს გასაიდუმლოებაა

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Giorgi Kupreishvili რა გასაკვირია. შევვარდნამეს მასოუნური ორდენი ჰქონდა. ეს ოდითგანვე და ახლა მითუმტეს.

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Giorgi Kupreishvili რა გასაკვირია. შევვარდნამეს მასოუნური ორდენი ჰქონდა. ეს ოდითგანვე და ახლა მითუმტეს.

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Zaza Kushashvili წუ.გავიწყდებათ.აპოკალიფსი

მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე



Guram Chkvanava წეტა რაც ფული აქვთ, ყველა საქართველოში გადაურიცხიათ, ოღონდ ისლამისტებს და ფაშისტებს არ ერგოთ, ეს ფული აქ ხომ დაიხარჯება.

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Ioseb Chalataashvili პიდარასტების პარადებში დაიხარჯება და ჩვენ რა ?

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე



Guram Chkvanava Ioseb Chalataashvili ისინი ფულს მაიც შოულობენ სხვადასხვა გზით, აბა მაშინ ამოვხოცოთ და ჩაგვადეთ ციხეში, მე... იხილეთ მეტი

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე

მომწონს · პასუხი · წერილი · 2 დღე



Nino Khorguani ზოგს ეცინება!სასაცილო არაფერია!დიდი ხანია ვიცი,ვისი ხელით ტრიალებს სოდომი და გომორი მსოფლიოში 😊 ფულს დახარბებული კაცთმოძულე "მამულიშვილები" რომ გეყოლება,თანაც მრავლად,იქ წათელ მომავალზე საუბარი ძნელია 😊

მომწონს · პასუხი · წერილი · 3 დღე · რედაქტირებული



Katie Pailodze გადადით ლინკზე, წაიკითხეთ ბოლოში და თქვენც გაგეცინებათ:)

მომწონს · პასუხი · წერილი · 2 დღე



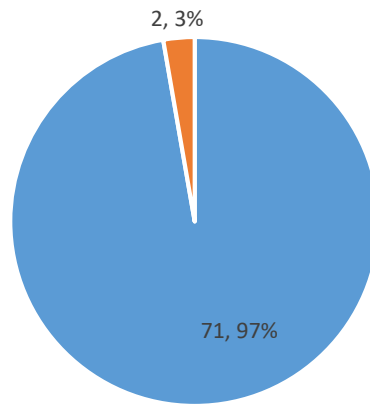
დაწერეთ პასუხი...



Teimuraz Matiashvili მე მეგონა რომ საქართველოში ეგენი ყველა პარტიას აფინანსებდნენ, და მარტო ოთხიო, იმედი გამიცრუეს, რა გამოდის - მაგათაც გაუჭირდათ? ესეთს რას აფინანსებენ ალიანსს და ლეიბორისტებს, თუ ბურჯანაძე და ტრადიციონალისტები უჯდებათ ესე მვირი?

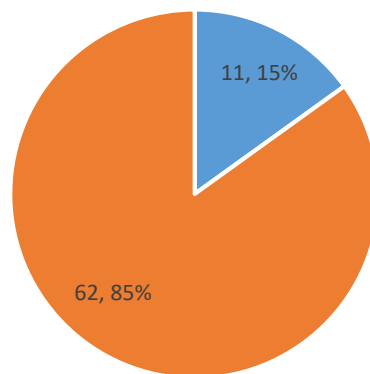
მომწონს · პასუხი · წერილი · 4 დღე

კომენტარების მიხედვით, ახალი ამბავი სრულად
წაიკითხა



■ არ წაიკითხა ■ სრულად წაიკითხა

კომენტარების რაოდენობა ასაკობრივი
კატეგორიების მიხედვით



■ 25 - 45 ■ 46 +

გაზიარებები



Nazi Abzalava ...

2 ივლისი, 22:57-ზე · 🌐

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება

 მომწონს  კომენტარი  გააზიარეთ 



დაწერეთ კომენტარი...

გამოსაქვეყნებლად დააჭირე Enter-ს.



Gia Maisaia ...

2 ივლისი, 22:30-ზე · 🌐

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება

 მომწონს  კომენტარი  გააზიარეთ 



დაწერეთ კომენტარი...

გამოსაქვეყნებლად დააჭირე Enter-ს.



Nona Nona Gvilia ...

2 ივლისი, 21:56-ზე · 🌐

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება

 მომწონს  კომენტარი  გააზიარეთ 



Bacho Bacho SH



2 ივლისი, 10:27-ზე · 🌐

უკრაინული Kyiv Post-ის ინფორმაციით, 2 უკრაინულ და 4 ქართულ პოლიტიკურ პარტიას მასონები აფინანსებენ. აღნიშნულის შესახებ უკრაინულ გამოცემას ერთ-ერთი მაღალჩინოსანი მასონი, წავთობმაგნატი და ბილდერბერგის კლუბის წევრი, გრეგორ უაითი აწვდის, რომელიც კიბოს უკანასკნელი სტადიით არის დასნებოვნებული. სიკვდილის სარეცელს მიჯაჭვული წავთობბარონის განცხადებით, უახლოეს მომავალში მსოფლიო გეოპოლიტიკაში რადიკალური ცვლილებებია მოსალოდნელი. ჩინეთი დაიკავებს წამყვან ადგილს მსოფლიოში და უახლოეს მომავალ... [იხილეთ მეტი](#)

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება



მომწონს



კომენტარი



გააზიარეთ



ზაზა ჩიქოვანი



2 ივლისი, 09:51-ზე · 🌐

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება



მომწონს



კომენტარი



გააზიარეთ



Ira Gilashvili ▶ **КОРЕННЫЕ СУХУМЧАНЕ.**



3 ივლისი, 06:32-ზე · 🌐

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება



4

2 კომენტარი



მომწონს



გააზიარეთ




Esmeralda Tulpani ეს ისედაც ცხადია ამათ შემოაქვთ არეულობები და უდანაშაულო ხალხს თვალებს თხრიან სული მიყიდეს ეშმაკს ფულის გულისათვის წყეულიმც იყვნენ ვისი სულიც წაბილწულია ღმერთო დაგვიფარე ასეთი სულმდაბალი ხალხისგან

მომწონს · 3 დღე







Konstantine Urushadze ძირს ივანიშვილის დამპალი, სისხლიანი რეჟიმი!






მომწონს · 3 დღე

 **Koba Khaduri** ⋮
2 ივლისი, 13:53-ზე · 🌐

მიმაგრებული ფაილის ჩვენება

1 გაზიარება

 მომწონს  კომენტარი  გააზიარეთ 

 დაწერეთ კომენტარი...    

გამოსაქვეყნებლად დააკიე Enter-ს.