



## რატომ უჭირთ რეალურ და გადამოწმებულ ამბებს დეზინფორმაციის განეიტრალება?!

დავით ქუტიძე<sup>1</sup>

დეზინფორმაცია, გამოგონილი ახალი ამბები და საზოგადოების აზრით მანიპულირების მცდელობები, შეიძლება ითქვას, ყველა ეპოქაში არსებობდა, თუმცა, თანამედროვე სამყაროში, ინფორმაციის გავრცელების გამარტივებამ ეს პრობლემა ბევრად უფრო მწვავედ წარმოაჩინა.

დეზინფორმაცია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით ცრუ ან/და შეცდომაში შემყვანი ცნობების გავრცელებაა, რომელთა მიზანი ადამიანებით მანიპულირება და მათში დაბნეულობის, გაურკვევლობის დათესვაა. როგორც წესი, დეზინფორმაცია კონკრეტული პერსონის, ჯგუფის ან მთლიანი საზოგადოებისთვის ზიანის მიყენების მიზნით იქმნება (Nemr, Gangware, 2019). აგრეთვე, არსებობს კომერციული სარგებლის მისაღებად გავრცელებული ან/და სატირული შინაარსის, გასართობი მიზნებით შექმნილი ყალბი ამბებიც, რომლებსაც ხშირად ასევე შეცდომაში შეჰყავთ აუდიტორია. დეზინფორმაცია რეალურ პოტენციურ საფრთხეს წარმოადგენს, რადგან მან, შესაძლოა, გამოიწვიოს არასტაბილური პროცესები საზოგადოებებში, ხელი შეუშალოს მოქალაქეთა ინფორმირებულ არჩევანს, რითაც გავლენა იქონიოს არჩევნების შედეგებზე და საბოლოოდ, დაასუსტოს დემოკრატია. გარდა ამისა, დეზინფორმაციას, შესაძლოა ირიბი გავლენა ჰქონდეს მოქალაქეების ჯანმრთელობასა და კეთილდღეობაზე, რის მაგალითადაც შეგვიძლია ვაქცინაციის წინააღმდეგ წარმოებული კამპანიები გავიხსენოთ (IDFI, 2020).

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში დეზინფორმაციის პრობლემა სხვადასხვა სიმწვავეთა ვლინდება და უკავშირდება როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე ქვეყნის გარედან წარმოებულ კამპანიებს. დღესდღეობით, ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან გამოწვევას რუსული და ჩინური დეზინფორმაციის კამპანიები წარმოადგენენ, რომლებიც ძირითადად დასავლური დემოკრატიის წინააღმდეგ არიან მიმართულნი (Nemr, Gangware, 2019); (GlobalFocus Center, 2018); (Gallagher, 2020). რუსული/ანტიდასავლური დეზინფორმაცია მნიშვნელოვანი პრობლემაა საქართველოსთვისაც (ქუტიძე, 2020), რაც, მართალია ირიბად, მაგრამ მაინც

<sup>1</sup> კვლევითი ინსტიტუტის „გნომონ ვაიზის“ (Gnomon Wise)-ის მკვლევარი



აღიარებულია საქართველოს სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურის მიერ (უსაფრთხოების სამსახურის ანგარიშები; 2017, 2018).

დეზინფორმაციის არაერთი გამოვლინება გვაქვს ახალი კორონავირუსის პანდემიის პერიოდშიც. მაგალითად, ცნობები იმაზე, რომ კორონავირუსი ბიოლოგიური იარაღია, მის გავრცელებას 5G ინტერნეტ ტექნოლოგია იწვევს, „მსოფლიოს მმართველებს“ მოსახლეობის „დაჩიპვა“ სურთ და ა.შ. (AFP et al. 2020). აღნიშნულმა, ერთი შეხედვით სასაცილო ყალბმა ამბებმა და მათზე დაფუძნებულმა მითებმა, ვირუსითა და საკარანტინო ზომებით გამოწვეული საყოველთაო სტრესის ფონზე, უამრავი ადამიანი შეიყვანეს შეცდომაში, რაც სოციალურ ქსელებში შესაბამის კომენტარებსა თუ ქმედებებში (მაგ. 5G მიმღებების განადგურება (Satariano, Alba, 2020)) გამოიხატა.

დეზინფორმაციის გამავრცელებელი წყაროებისთვის განსაკუთრებით ხელსაყრელი პირობებია შექმნილი სოციალურ ქსელებსა და ონლაინ სივრცეში, სადაც ნაკლები ტექნიკური თუ სხვა სახის ბარიერი არსებობს. თუმცა, ამავდროულად, არაერთი კვლევა აჩვენებს, რომ დეზინფორმაციის გამავრცელებელ ონლაინ გამოცემებს, ასევე სოციალური ქსელების ცალკეულ გვერდებს არ ჰყავთ ძალიან დიდი აუდიტორია და მათი წვდომა საზოგადოებაზე ბევრად ნაკლებია, ვიდრე სანდო გამოცემებისა. მსგავსი ტენდენცია წარმოჩინდა ამერიკის შეერთებულ შტატებში (Grinberg et al. 2019), საფრანგეთსა და იტალიაში (Fletcher et al. 2018). ბუნებრივია, ეს ცალსახად არ ნიშნავს, რომ მთელს მსოფლიოში ასეა, თუმცა უნდა ვივარაუდოთ, რომ ზოგადი სურათი მაინც მსგავსია ზემოთ ჩამოთვლილი ქვეყნებისა. საქართველოში მსგავსი ტიპის კვლევა ჯერჯერობით არ ჩატარებულა, თუმცა, დაკვირვების საფუძველზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ონლაინ სივრცეში მაინც მეტ-ნაკლებად სანდო, არადეზინფორმაციული წყაროები დომინირებენ.

ამდენად, ჩნდება კითხვა: თუკი დეზინფორმაციის გამავრცელებელი ვებ-გვერდები ისეთი პოპულარულნი არ არიან ვიდრე სანდო წყაროები, მაშინ სად არის პრობლემა? რატომ გვხვდება დეზინფორმაციის მესიჯები საზოგადოების სხვადასხვა ფენაში? რატომ იჯერებენ ყალბ ამბებს ადამიანები, მიუხედავად იმისა, რომ მათი გადამოწმება და დასაბუთებული უარყოფა არაერთგზის ხდება? ამ კითხვებს შეიძლება უამრავი განსხვავებული პასუხი ჰქონდეს და ამავდროულად, არცერთი მათგანი არ იყოს ასი პროცენტით ზუსტი, რადგან საქმე ისეთ კომპლექსურ პროცესთან გვაქვს, რასაც ინფორმაციის გავრცელება და საზოგადოების წევრების მიერ მისი განსხვავებულად აღქმა ჰქვია. მიუხედავად ამისა, ვეცდებით გამოვკვეთოთ ის რამდენიმე მნიშვნელოვანი თავისებურება, რაც



დეზინფორმაციას, ხშირ შემთხვევაში, გადამოწმებულ ფაქტებთან მიმართებით უპირატესობას აძლევს და მასთან ბრძოლას ართულებს.

პირველ რიგში, აღსანიშნავია, რომ ყალბი ამბის გამოგონება და შექმნა დიდ სირთულეებთან არ არის დაკავშირებული. რუსულ პროპაგანდაზე BBC-ის მიერ ჩატარებული ჟურნალისტური გამოძიების (BBC, 2018) ერთ-ერთი მთავარი მიგნებაც სწორედ ესაა: დეზინფორმაცია შემდეგნაირად მუშაობს - მთავარია, სრულიად უსაფუძვლოდ, პასუხისმგებლობის აღების გარეშე, დასდო ბრალი ვინმეს და საქმეც გაკეთებულია. ხოლო, როცა დეზინფორმაციის წყაროს მიმართ ჩნდება კითხვა, თუ სად არის ბრალდების დამამტკიცებელი საბუთი, მას შეუძლია თქვას: „მსგავსი რამ არ არსებობს, მაგრამ ეს ხომ იმას არ გამორიცხავს, რომ ჩვენი ბრალდება სიმართლე არ არის“? ამასთან, თანამედროვე ეპოქაში, ონლაინ პლატფორმებისა და სოციალური ქსელების არსებობის პირობებში, დეზინფორმაციის გავრცელება ბევრად სწრაფად და იაფად შეიძლება, ვიდრე ოდესმე. სწორედ აქ ჩანს, თუ როგორ უსწრებენ ერთი ნაბიჯით ყალბი ამბები გადამოწმებულ ახალ ამბებს, რადგან სანდო, ფაქტებზე დაფუძნებულ ინფორმაციას არაერთი წყაროს დაზუსტება და ანალიზი სჭირდება. დეზინფორმაციის მოცულობის ზრდასთან ერთად, მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში ჩამოყალიბდნენ ე.წ. ფაქტების გადამოწმებელი (Fact Checking) [ორგანიზაციები](#). ისინი ცდილობენ, გამოააშკარავონ დეზინფორმაციის გამავრცელებელი სხვადასხვა წყაროს (პოლიტიკოსები, მედია, გვერდები სოციალურ ქსელებში და ა.შ.) მანიპულაციები და საზოგადოებას გადამოწმებული ინფორმაცია მიაწოდონ. ფაქტების გადამოწმებელი ჟურნალისტები აგრეთვე მუშაობენ არაერთ ტრადიციულ მედია ორგანიზაციაშიც (მაგ. BBC - Reality Check; The Washington Post – Fact Checker და ა.შ.). მათი როლი დეზინფორმაციასთან ბრძოლაში ძალიან მნიშვნელოვანია, თუმცა ისინიც კვლავ ერთი ნაბიჯით ჩამორჩებიან ყალბი ამბების გამავრცელებელ წყაროებს, რადგან ძირითადად რეაგირების რეჟიმში არიან, ყალბი სიახლეების გადასამოწმებლად სჭირდებათ იმაზე მეტი დრო, ვიდრე თავად ამ დეზინფორმაციის შექმნას დასჭირდა. დეზინფორმაციის განეიტრალების კუთხით კი, დრო ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია, რადგან რაც უფრო დიდი დრო გადის ყალბი ამბის გავრცელებიდან მის კორექტირებამდე, მით ნაკლებია შესაძლებლობა, რომ გადამოწმებული ინფორმაცია თავდაპირველი სიყალბის ეფექტს გაანეიტრალებს (Walter, Tukachinsky, 2019); (Tsfati et al. 2020). ამდენად, მიუხედავად დეზინფორმაციის გამოაშკარავებისა, შესაძლოა თავდაპირველად მიღებული მცდარი ამბავი მაინც მყარად დარჩეს ინდივიდის გონებაში.

დეზინფორმაციის გამავრცელებელთა უპირატესობა სანდო წყაროებთან შედარებით ხშირად ისიც არის, რომ ისინი, ფაქტობრივად, არ იცავენ არცერთ ჟურნალისტურ

სტანდარტს, წერენ შეცდომაში შემყვან, ძალიან „ყვითელ“ სათაურებს, რაც აუდიტორიის დიდი ნაწილის დაინტერესებასა და ჩართულობას იწვევს. ამასთან, როგორც აღვნიშნეთ, ყალბი ამბის შექმნას დიდი დრო არ სჭირდება, რითიც ის ხშირად ჩვეულებრივ ამბავზე უფრო სწრაფად მიდის ინდივიდამდე, რომელიც, თავის მხრივ, მიდრეკილია ქცევისკენ - მიიღოს და გაავრცელოს ე.წ. ცხელი ამბავი (Vosoughi, Roy, Aral, 2018). მეორე მხრივ, სანდო წყაროების მიერ გავრცელებული სიახლეები ხშირად რუტინული და მოსაწყენი გვეჩვენება, იმ დროს როდესაც, არაერთი ყალბი ამბავი ჩვენი ემოციებით თამაშობს - იწვევს შიშს, მოულოდნელობის განცდას და ა.შ. სავარაუდოდ სწორედ ამ ფაქტორის გამო, ხშირად ცალკეული ყალბი ამბები უფრო სწრაფად ვრცელდება და სოციალურ ქსელებში მეტ ჩართულობასაც იწვევს (Silverman, 2016); (Vosoughi, Roy, Aral, 2018).

დეზინფორმაციასთან ბრძოლას ართულებს ისიც, რომ მაგალითად სოციალური ქსელის მომხმარებელი, რომელიც გართობის მიზნით ეცნობა ქსელში არსებულ სიახლეებს, ხშირად არ არის მოწოდებული კრიტიკულად იფიქროს კონკრეტული ამბის წარმომავლობაზე, მასში მოცემული ფაქტების სისწორეზე, ამ ამბის რეალურ მიზანზე და ა.შ. მეტიც, ცალკეული ინდივიდები (სავარაუდოა, რომ ასეთი მომხმარებლის რაოდენობა არცთუ ცოტაა) შესაძლოა მხოლოდ ახალი ამბის სათაურის წაკითხვით შემოიფარგლონ და გაზიარებული გვერდის ბმულზე არც კი გადავიდნენ. შეიძლება ითქვას, აუდიტორიის ნაკლები სკეპტიციზმი და კრიტიკული განწყობა ახალი ამბების მიმართ კიდევ ერთ უპირატესობას აძლევს დეზინფორმაციის გამავრცელებლებს.

ბუნებრივია, მიღებული ინფორმაციის დამუშავებისას, ინდივიდები განსხვავებულ თავისებურებებს ავლენენ, მაგალითად, ამა თუ იმ პოლიტიკური პარტიის ან პერსონის მოწინააღმდეგეები პოტენციურად უფრო მოწყვლადნი არიან, დაიჯერონ ამ პარტიის/პერსონის წინააღმდეგ შეთხზული ყალბი სიახლე, რადგან ეს მათში უკვე არსებულ განწყობებს ემთხვევა და ნაკლებად აღძრავს ალტერნატიული რეალობის აღმოჩენის, კრიტიკული გააზრების სურვილს. მსგავსი ტენდენცია გამოვლინდა 2016 წლის აშშ-ის საპრეზიდენტო არჩევნების წინა პერიოდშიც (Guess, Nyhan, Reifler, 2018). ამავდროულად, მიუხედავად პოლიტიკური სიმპათია/ანტიპათიისა, აუდიტორიის ნაწილი შესაძლოა მაინც მოექცეს ყალბი ამბების გავლენის ქვეშ, რადგან ხანგრძლივი დეზინფორმაციული კამპანიის დროს, ერთი და იმავე თემაზე გავრცელებული სიყალბე შესაძლოა მყარად დაილექოს ადამიანის გონებაში. ინფორმაციის განმეორებითი მიღება იწვევს მასთან ერთგვარ სიახლოვეს, რაც საბოლოო ჯამში, შეიძლება გახდეს მისი სარწმუნოობის განმაპირობებელი (Tsfati et al. 2020); (Dechene et al. 2010); (Walter, Tukachinsky, 2019).

პარალელურად, მიზანმიმართულად გავრცელებული ყალბი ამბები ხელს უწყობენ მცდარი აზრის ჩამოყალიბებას, თითოეულ მათგანზე შესწორების მცდელობა კი, ხშირად, ეფექტურად ვერ უმკლავდება გამჯდარ მითს. ამასთან, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, დეზინფორმაციის მიზანი შესრულებულია მაშინაც, თუ ის იწვევს ეჭვსა და გაურკვევლობას მის მიმღებში, როცა ადამიანის მეხსიერებაში მცდარი და სწორი ფაქტები, ამა თუ იმ საკითხთან მიმართებით, აღრეულია და იმის მიუხედავად სჯერა თუ-არა ის ბოლომდე ინდივიდს, მისი გავლენის სრულად განეიტრალება ძალიან რთულდება. მეტიც, ერთგვარი პარადოქსია, მაგრამ შესაძლოა ისეც მოხდეს, რომ ინდივიდმა ნეგატიური განწყობა გამოავლინოს სწორი ინფორმაციის მიმართ, რაც ერთგვარ უკურეაქციას (backfire effect) იწვევს და სწორი ინფორმაციის მიმწოდებელი წყაროს მიმართ უნდობლობაში გამოიხატება (Lewandowsky et al. 2012). აღნიშნული უკუეფექტი შეიძლება მაშინაც გამოვლინდეს, როცა დეზინფორმაციის შესახებ შესწორება კომპლექსურად, არასაკმარისად გასაგებად ვრცელდება. ასევე, უკუეფექტის მასშტაბი შესაძლოა ინდივიდის ასაკზეც იყოს დამოკიდებული და ამ მხრივ ასაკოვანი აუდიტორია უფრო მოწყვლადია (Wilson, Park, 2008). კიდევ ერთი ფაქტორი, რაც ყალბ ამბავს (რომელიც ხშირად მარტივი და ადვილად აღსაქმელი ფრაზებითაა შედგენილი) უპირატესობას აძლევს შედარებით უფრო დეტალურ, კომპლექსურად აღწერილ შესწორებასთან, ეს მისი აღქმადობაა. ყალბი ამბავი, რომელსაც არ ზღუდავს არავითარი ჟურნალისტური თუ ეთიკური სტანდარტი, თითქოს „მეგობარივით გვეჭორავება“, ჟურნალისტური პროდუქტი კი, უფრო მეტ დეტალს, მეტად ფორმალურ ენას შეიცავს, რაც ართულებს მის აღქმასა და ემოციურ კავშირს აუდიტორიასთან.

დეზინფორმაციისა და მითების გავრცელებაში საკმაოდ დიდ როლს პირადი კომუნიკაცია თამაშობს. ხშირად, კონკრეტული ინდივიდის ნდობა მედიისადმი შესაძლოა საკმაოდ დაბალი იყოს, თუმცა მეტად სავარაუდოა, რომ ის უფრო მარტივად ენდობა მის მეგობარს ან ახლობელს, რომელიც თავის მხრივ, დეზინფორმაციის გავლენის ქვეშაა და რადგან აქტიურად გამოხატავს ამა თუ იმ მოვლენის მიმართ შიშს, ადფრთოვანებას თუ სხვა ემოციებს, რის შედეგადაც, თავისდა უნებურად, სიყალბის გამავრცელებელი ხდება. მსგავსი ეფექტი შეიმჩნევა ვაქცინაციის საწინააღმდეგო მითების გავრცელებისას, რამდენადაც მათი ყველაზე ეფექტური გამავრცელებლები სწორედ ის მშობლები არიან, რომელთაც გულწრფელად სჯერათ, რომ მათი შვილები ვაქცინის მავნე გავლენის მსხვერპლნი გახდნენ. მსგავსი არასწორი აღქმები კი, არა მხოლოდ პირად საუბრებში, არამედ მედიაშიც და განსაკუთრებით სოციალურ მედიაში შეიძლება მარტივად გავრცელდეს (Myers and Pineda 2009, ციტირებული Lewandowsky et al. 2012 მიერ).

პარადოქსია, მაგრამ შესაძლებელია ყალბი ამბების გავრცელებას ტრადიციულმა მედიამაც შეუწყოს ხელი და სულაც არ არის აუცილებელი ეს მედიასაშუალებები მაინცდამაინც რომელიმე პოლიტიკური ჯგუფის ინტერესს ატარებდნენ (ასეთ შემთხვევაში, ინფორმაციით მანიპულირების რისკი უფრო მაღალია), არამედ, შესაძლოა მათი მიზანი უბრალოდ გავრცელებული ყალბი სიახლის უარყოფა იყოს. სიყალბის გაბათილების პროცესში კი, თავისდაუნებურად, ესა თუ ის სანდო ტრადიციული მედიასაშუალება ჰყვება ყალბი ახალი ამბის შესახებ, რათა შემდეგ უარყოს ის, რითაც დამატებით პოპულარობას სძენს კონკრეტულ დეზინფორმაციულ ცნობას. თუკი სიყალბის გამოაშკარავება და უარყოფა ვერ ხდება ჯეროვნად, პროფესიონალურ დონეზე, შესაძლოა მან დააბნოს აუდიტორიის ნაწილი და გამოიწვიოს უკუფექტი, უნდობლობა რეალობის ამსახველი წყაროს მიმართ (Tsfati et al. 2020). ინდივიდის მიერ ინფორმაციის დამუშავების ზემოთ ჩამოთვლილი თავისებურებებიც ხშირად აფერხებს დეზინფორმაციის შესწორების კეთილშობილურ მიზანს და არსებულ სიტუაციას, სულ მცირე, ვერ აუმჯობესებს.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, დეზინფორმაციისა და ყალბი ამბების წინააღმდეგ ბრძოლა საკმაოდ საპასუხისმგებლო საქმიანობაა. ამდენად, სანდო ინფორმაციის გამავრცელებლმა (კეთილსინიდიერი ჟურნალისტები და ფაქტების გადამმოწმებლები) კონკრეტული ამბის გავრცელებისას ყურადღება უნდა მიაქციონ არაერთ დეტალს, რათა თავად არ შეიყვანონ აუდიტორია შეცდომაში. განსაკუთრებით რთული გამოწვევაა უკვე გავრცელებული დეზინფორმაციის ისე გამოაშკარავება, რომ სრულად განეიტრალდეს მისი მავნე გავლენა. ამავდროულად, ეს ყოველივე საკმაოდ მოკლე დროში უნდა მოხდეს, რადგან, როგორც აღვნიშნეთ, დეზინფორმაციაზე დაგვიანებული რეაგირება შესაძლოა უშედეგო აღმოჩნდეს. დეზინფორმაციის გამოაშკარავების პროცესში, მნიშვნელოვანია, რომ ჟურნალისტური მასალის შინაარსი და ვიზუალი აუდიტორიისთვის მარტივად და გასაგებად იყოს მიწოდებული. როგორც აღვნიშნეთ, რთული, კომპლექსური ტექსტები და ტერმინები უკუფექტის (backfire effect) ერთ-ერთი წინაპირობაა. ასევე, მნიშვნელოვანია, ამა თუ იმ მითის გადამოწმებისას ხშირად არ გავიმეოროთ ის და ფოკუსირება უფრო მეტად რეალურ ფაქტებზე მოვახდინოთ.

აუცილებლად აღსანიშნავია, რომ ხშირად ამა თუ იმ დეზინფორმაციის მხოლოდ გადამოწმება და იმის თქმა, რომ ეს ტყუილია, საკმარისი არ არის. ყალბი წარმოდგენების შესაცვლელად საჭიროა დეზინფორმაციის დეკოდირება და იმის ახსნაც, თუ რა წყაროდან გავრცელდა ის, ვის ინტერესებს ემსახურება აღნიშნული წყარო, რა არის კონკრეტული სიყალბის გავრცელების მიზანი და ვის წინააღმდეგაა ის მიმართული. გარდა ამისა, გასათვალისწინებელია, რომ დეზინფორმაციის კამპანია ამა თუ იმ საკითხზე არის



განგრძობითი და განმეორებადი, რაც მასთან მეზობლთა მხრიდანაც შესაბამის უწყვეტ აქტივობას მოითხოვს. მეტიც, რათა ერთი ნაბიჯით არ ჩამორჩებოდნენ დეზინფორმაციას, რეალური ფაქტების გამავრცელებელთა მხრიდან საჭიროა თავად დაადგინონ დღის წესრიგი და დეზინფორმაციის პოტენციურ სამიზნეებზე წინსწრებით გაავრცელონ რაც შეიძლება მეტი დაზუსტებული ახალი ამბავი. მაგალითად, რუსეთის ანტიდასავლური დეზინფორმაციის განეიტრალება არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ ყალბი ამბების გადამოწმებით, არამედ, ქართულ თუ სხვა პოსტსაბჭოთა საზოგადოებებს განუწყვეტლივ უნდა მიეწოდებოდეთ ფაქტებზე დაფუძნებული ინფორმაცია, თუ რა სარგებელი შეიძლება მოუტანოს მათ დემოკრატიული, დასავლური სამყაროს ნაწილად ქცევამ.

რაც შეეხება ინფორმაციის მიმღებ აუდიტორიას, აქ გამოსავალი შესაძლოა იყოს არა ის, რომ მათ მავნე გავლენის მქონე ინფორმაციაზე წვდომა შეუზღუდოთ (ამ პროცესმა შესაძლოა საბოლოოდ მეორე და არანაკლებ საშიშ უკიდურესობამდე - ცენზურამდე მიგვიყვანოს), არამედ მათ ჰქონდეთ მეტი შესაბამისი განათლება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, რაც შეიძლება მეტმა ადამიანმა იცოდეს, რომ მას შეიძლება ატყუებდნენ. მართალია, საზოგადოების ამგვარად განსწავლა რთული, ხანგრძლივი და ძვირადღირებული პროცესია, თუმცა თითოეული ახალი მედიაწიგნიერი ინდივიდის დამატება ამ შრომად ღირს.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI). 2020. ანტივაქსერული მოძრაობა და რუსული პროპაგანდა. <https://idfi.ge/ge/anti-waxer-movement-and-russian-propaganda> (09.07.2020).
2. საქართველოს სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახური (სუს). სამსახურის ანგარიშები: 2017, 2018. <https://ssg.gov.ge/page/info/reports> (09.07.2020).
3. ქუტიძე. 2020. კორონავირუსი - რუსული პროპაგანდის ახალი ინსპირაცია ანტიდასავლური მესიჯების გავრცელებისთვის. *კვლევითი ინსტიტუტი Gnomon Wise*. <http://gnomonwise.org/ge/publications/opinions/7> (09.07.2020).
4. AFP, CORRECTIV, Pagella Politica / Facta, Full Fact and Maldita.es. 2020. INFODEMIC COVID-19 IN EUROPE: A VISUAL ANALYSIS OF DISINFORMATION. *covidinfodemicurope.com*. [https://covidinfodemicurope.com/report/covid\\_report.pdf](https://covidinfodemicurope.com/report/covid_report.pdf). (09.07.2020).
5. BBC. 2018. Russian disinformation and the Georgian 'lab of death'. <https://www.bbc.com/news/av/world-46157507/russian-disinformation-and-the-georgian-lab-of-death>. (09.07.2020).
6. Dechêne, Stahl, Hansen, Wänke. 2010. The Truth About the Truth: A Meta-Analytic Review of the Truth Effect. *Personality and Social Psychology Review*. <https://doi.org/10.1177/1088868309352251> (09.07.2020).
7. Fletcher, Cornia, Graves, Nielsen. 2018. Measuring the reach of “fake news” and online disinformation in Europe. *Reuters Institute*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/Measuring%20the%20reach%20of%20fake%20news%20and%20online%20distribution%20in%20Europe%20CORRECT%20FLAG.pdf> (09.07.2020).
8. Gallagher. 2020. China’s Disinformation Effort Targets Virus, Researcher Says. *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-12/china-s-disinformation-campaign-targets-virus-and-businessman> (09.07.2020).
9. GlobalFocus Center. 2018. A Study of Romania, Bulgaria, Georgia and the Republic of Moldova. PROPAGANDA MADE-TO-MEASURE: HOW OUR VULNERABILITIES FACILITATE RUSSIAN INFLUENCE. <https://www.global-focus.eu/wp-content/uploads/2018/03/Propaganda-Made-to-Measure-How-Our-Vulnerabilities-Facilitate-Russian-Influence.pdf> (09.07.2020).
10. Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson, Lazer. 2019. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *SCIENCE*. <https://science.sciencemag.org/content/363/6425/374>. (09.07.2020).
11. Guess, Nyhan, Reifler. 2018. Exposure to untrustworthy websites in the 2016 U.S. election. <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf> (09.07.2020).
12. Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, Cook. 2012. Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1529100612451018> (09.07.2020).
13. Nemr and Gangware. 2019. WEAPONS OF MASS DISTRACTION: Foreign State-Sponsored Disinformation in the Digital Age. *U.S. Department of State*. <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2019/05/Weapons-of-Mass-Distraction-Foreign-State-Sponsored-Disinformation-in-the-Digital-Age.pdf> (09.07.2020).





14. Satariano and Alba. 2020. Burning Cell Towers, Out of Baseless Fear They Spread the Virus. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/04/10/technology/coronavirus-5g-uk.html> (09.07.2020).
15. Silverman. 2016. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook> (09.07.2020).
16. Vosoughi, Roy, Aral. 2018. The spread of true and false news online. *Science*. <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146> (09.07.2020).
17. Walter and Tukachinsky. 2019. A Meta-Analytic Examination of the Continued Influence of Misinformation in the Face of Correction: How Powerful Is It, Why Does It Happen, and How to Stop It? *Communication Research*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650219854600> (09.07.2020).
18. Wilson and Park. 2008. A case for clarity in the writing of health statements. *Patient Education and Counseling*. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2008.02.008> (09.07.2020).
19. Tsfati, Boomgaarden, Strömbäck, Vliegenthart, Damstra, Lindgren. 2020. Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23808985.2020.1759443> (09.07.2020).