

4/21/2020

**საქართველოს პარლამენტის  
საგარეო ურთიერთობათა  
კომიტეტის დუზინფორმაციისა და  
პროპაგანდის საკითხებზე თემატური  
მოკვლევის ჯგუფი**

თემატურ მოკვლევის პროცესში საქართველოს  
რეფორმების ასოციაციის პასუხები



## კითხვები

როგორ განმარტავს თქვენი ორგანიზაცია დეზინფორმაციას და პროპაგანდას?

(სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 350)

დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის ერთი შეთანხმებული განსაზღვრება არ არსებობს. ტერმინ დეზინფორმაციის თანამედროვე გაგება უკავშირდება რუსულ სიტყვას „дезинформация“, რომელიც გულისხმობს საბჭოთა კავშირის მიერ საზოგადოებრივ აზრზე მანიპულაციისა და მისი შეცდომაში შეყვანის მიზნით ყალბი ამბების გავრცელების პრაქტიკას.

ევროკომისია დეზინფორმაციას განსაზღვრავს, როგორც „შემოწმებად ყალბ ან შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას, რომელიც იქმნება და ვრცელდება ეკონომიკური სარგებლის მისაღებად ან საზოგადოების მიზანმიმართულად მოტყუებისთვის, რომელიც განურჩევლად მიზნისა საზოგადოებრივ ზიანს იწვევს. ამ განმარტებაში კომისია გამორიცხავს გაშუქებისას დაშვებულ შეცდომებს, სატირას, პაროდias, მიკერძოებულ ამბებსა და კომენტარებს.

ევროპის საბჭოს თანახმად, დეზინფორმაცია გულისხმობს მცდარი ინფორმაციის მიზანმიმართულ გავრცელებას, რომელიც შესაძლოა მოიცავდეს: ა) მცდარ კონტენტს; ბ) ყალბ კონტენტს; გ) მანიპულირებულ კონტენტს; დ) ფაბრიკაციულ კონტენტს.

შესაბამისად, განურჩევლად კონტენტისა თუ გავრცელების არხებისა, დეზინფორმაციას განვმარტავთ, როგორც **მცდარ ან შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას, რომელიც იქმნება, ქვეყნდება და ვრცელდება მიზანმიმართულად, რათა გამოიწვიოს საზოგადო ზიანი, დანერგოს გაურკვეველობა და დაბნეულობა სამიზნე აუდიტორიაში.**

დეზინფორმაციის მიზანი საბოლოოდ შესაძლოა იყოს სამიზნე აუდიტორიის განწყობებისა თუ შეხედულებების ცვლილება. თუმცა, მოკლე და საშუალო ვადიან პერიოდში, დეზინფორმაცია ცდილობს მოქალაქეების ცნობიერებაში ეჭვების და დაბნეულობის გაჩენას. როგორც წესი, დეზინფორმაცია არის პოლიტიკურად მოტივირებული გზავნილები, რომელიც არ შეიძლება გაიგივდეს მხოლოდ



ცალსახად ყალბ ამბებთან. დეზინფორმაცია ხშირ შემთხვევაში, შედგება მათ შორის ნამდვილი ფაქტებისგან, თუმცა მათი საზოგადოებისათვის წარდგენა ხდება კონტექსტიდან ამოგლეჯილად ან სიცრუესთან შეჯერებულად. შესაბამისად, დეზინფორმაცია ხშირად წარმოდგენილია ე.წ. „მოსაზრების“ თუ „ანალიტიკური“ ტექსტის/რეპორტაჟის ფორმით, რომლის ფაქტებით გადამოწმება (fact-checking) რთულია. დეზინფორმაცია, როგორც წესი, გაცილებით უფრო დიდი გეგმისა და დღისწესრიგის ნაწილია. მაგალითად, რუსეთის შემთხვევაში მისგან მომდინარე დეზინფორმაციული კამპანიები მიზნად ისახავს რუსული საგარეო პოლიტიკური მიზნებისა და რუსული მსოფლმხედველობის პოპულარიზაციასა და გავრცელებას. დეზინფორმაცია არის არა ცალკეული მცდარი ამბავი, არამედ მას აქვს კამპანიური ხასიათი, რომლის ფარგლებშიც ერთი მხრივ, ყალბი ამბების და მეორე მხრივ, „ანალიტიკური“ მოსაზრების ფორმატით ხდება გზავნილების მიზანმიმართული და განმეორებადი გავრცელება.

რა წარმოადგენს საქართველოში პროპაგანდისტულ და დეზინფორმაციულ კამპანიის ძირითად მიზნებსა და ამოცანებს? რა კვლევების საფუძველზე ახდენთ აღნიშნული მიზნების იდენტიფიცირებას? (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 500).

საქართველოში პროპაგანდისტული და დეზინფორმაციული კამპანიების ძირითადი მიზნები არის შემდეგი:

- საქართველოს მოქალაქეებში დემოკრატიული ინსტიტუტების მიმართ ნდობის ეროზია;
- დასავლური ინსტიტუტებისა და სტრუქტურების მიმართ ნდობისა და მხარდაჭერის შემცირება;
- რუსეთის წარმოჩენა როგორც საქართველოსთვის ეკონომიკური განვითარების, უსაფრთხოების, ტრადიციებისა და კულტურის შენარჩუნების გარანტორი;
- ღიად პრორუსული პოლიტიკური ძალის საქართველოს ხელისუფლებაში მოსვლა;



ამ მიზნების შესაბამისი ამოცანებია:

- საქართველოს ევროპული ინტეგრაციის ქართულ კულტურასა და იდენტობასთან შეუსაბამოდ და დამაზიანებლად წარმოჩენა;
- საქართველოს ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის საფრთხედ წარმოჩენა საქართველოს უსაფრთხოებისა და ტერიტორიული მთლიანობისთვის;
- საქართველოსა და დასავლურ სტრუქტურებს/პარტნიორებს შორის თანამშრომლობისა და მისი შედეგების მნიშვნელობის შემცირება;
- საქართველოში ადგილობრივი ჯგუფების (მედია, არასამთავრობო, „სასარგებლო იდიოტები“, პოლიტიკური პარტიები, სასულიერო პირები) მობილიზება და მათი გამოყენებით პოლიტიკურ დღისწესრიგზე ზემოქმედება; მათი გამოყენება ანტიდასავლური და პრორუსული განწყობების გასაღვივებლად და მოქალაქეებში დემოკრატიული ინსტიტუტებისა და ლიბერალური ღირებულებების დისკრედიტაციისთვის.

ზემოაღნიშნული მიზნებისა და ამოცანების იდენტიფიცირება ხდება ანტიდასავლური პროპაგანდისა და დეზინფორმაციის კამპანიების მონიტორინგისა და ანალიზის შედეგად. კონკრეტულად, ზემოთ ჩამოთვლილი ეფუძნება საქართველოს რეფორმების ასოციაციის (GRASS) კვლევას<sup>1</sup>, რომელიც, თავის მხრივ, მოიცავს სხვადასხვა მედია მონიტორინგის ანგარიშების, ცალკეული ულტრა-მემარჯვენე ჯგუფების საქმიანობისა და განცხადებების, რუსეთის საგარეო პოლიტიკური დოკუმენტებისა და რუსი მაღალჩინოსნების განცხადებების ანალიზს, საქართველოში პოლიტიკური და სოციალური კონტექტის გათვალისწინებით.

რა საშუალებებით და მექანიზმებით ვრცელდება ანტიდასავლური კამპანია საქართველოში საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედებისთვის? რის საფუძველზე ახდენთ საშუალებებისა და მექანიზმების იდენტიფიცირებას? (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 500).

ანტიდასავლური კამპანია საქართველოში სხვადასხვა მექანიზმით ვრცელდება,

<sup>1</sup> <https://grass.org.ge/uploads/other/2019-02-22/359.pdf>



რომელთა შორის აღსანიშნავია ტრადიციული მედია საშუალებები (ტელევიზია, რომელიც მოსახლეობის უმრავლესობისთვის კვლავ უპირველესი წყაროა ინფორმაციის მიღების), სოციალური ქსელები (უპირველესად ფეისბუქი), ონლაინ მედია სააგენტოები, ბეჭდური მედია. ანტიდასავლური დეზინფორმაციის გავრცელების ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერ და თვალსაჩინო ინსტრუმენტს წარმოადგენენ ე.წ. ულტრა-ნაციონალისტური ორგანიზებული ჯგუფები, ცალკეული საზოგადოებისთვის ცნობილი ადამიანები, რომლებიც ყველა ზემოთხამოთვლილი მედია არხის გარდა, ასევე აქტიურად მოქმედებენ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში კამპანიების, აქციების/კონტრაქციების თუ სხვა აქტივობების გამოყენებით. ანტიდასავლური გზავნილების გამავრცელებლად გვევლინებიან ასევე ცალკეული პოლიტიკური პარტიები და სასულიერო პირების გარკვეული ნაწილი.

სატელევიზიო სივრცეში გამორჩეულია მედია-კავშირი „ობიექტივი“ 2010 წლის აგვისტოში დაფუძნდა. დამფუძნებელთა შორის პოლიტიკური გაერთიანება „პატრიოტთა ალიანსის“ ამჟამინდელი გენერალური მდივანი ირმა ინაშვილი იყო, რომელიც ტელეკომპანიის მმართველობაში 2014 წლიდან აღარ ფიგურირებს. „ობიექტივის“ მაუწყებლობა სატელევიზიო სიხშირის გარდა, რადიო სიხშირით და ინტერნეტით ხორციელდება. ტელეკომპანია ობიექტივი სარედაქციო პოლიტიკა მკვეთრად ანტიდასავლურია. მედია მონიტორინგის შედეგები აჩვენებს, რომ როგორც ტელეკომპანიის წამყვანი, ასევე გადაცემების სტუმრები საქართველოს პროდასავლურ საგარეო პოლიტიკურ კურსს ქვეყნის საზიანოდ წარმოაჩენენ. ხდება ისეთი მცდარი ნარატივების შექმნა თითქოს ევროინტეგრაცია საქართველოს მიგრანტების მიღებას აიძულებს. ტელეკომპანია ობიექტივზე მიწის უცხოელებისათვის მიყიდვის შესახებ ცალკე კამპანია მიმდინარეობდა, სადაც სტუმრები მიწის გაყიდვას უკავშირებდნენ ეროვნული იდენტობის დაკარგვის საფრთხეს. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნულმა კამპანიამ წარმატებულად შეძლო პოლიტიკურ დღისწესრიგში მოხვედრა და მისი კონსტიტუციაში ჩაწერაც მოხდა ისევე, როგორც ქორწინების განმარტების ნაწილი. ორივე შემთხვევაში ანტიდასავლურ ჯგუფებს პოლიტიკურ დღისწესრიგზე გავლენის მოხდენის



შესაძლებლობა მიეცათ.

პროპაგანდისტულ საშუალებებში ასევე გამოიყოფა ბეჭდური მედიის ისეთი გამოცემები, როგორებიცაა: ასავალ-დასავალი, საქართველო და მსოფლიო, სხვ. ეს უკანასკნელი ზოგიერთ რეგიონში უფასოდ ვრცელდება.

გასულ წლებში აქტიურად ვრცელდება ანტიდასავლური გზავნილები ონლაინ მედია სააგენტოებიდან. მათ შორის გამოირჩეოდნენ: geworld.ge, saqinform.ge, მარშალპრესი, ჯეო-დაიჯესტი (GeoDigEst), Mediacity.ge, Mediatv.ge, All.ge, თბილისი 24, ალტ-ინფო, სხვ<sup>2</sup>.

თუმცა, ბოლო ხანებში გაცილებით უფრო აქტიურები და პოპულარულები გახდნენ როგორც ზემოთჩამოთვლილი ონლაინ მედია სააგენტოების, ასევე ცალკეული ულტრანაციონალისტური ჯგუფების ფეისბუკ გვერდები:



3

ამჟამად, მათი გვერდების ნაწილი ფეისბუკზე დაბლოკილია, თუმცა გარკვეული

<sup>2</sup> <https://factcheck.ge/ka/story/33211-media-saagentoebi-romlebits-shesadzloa-gatqhuebdnen>  
<sup>3</sup> ნატა ძველიშვილი, 2018. „პროქართულით შეცვლილი პრორუსული ნარატივი“.



დროის შემდეგ უნდა ვივარაუდოთ, რომ აღდგება. ამ ჯგუფების უკან რუსული კვალის იდენტიფიცირება ღია წყაროებზე დაყრდნობით რთული ან თითქმის შეუძლებელია.

თუმცა, რუსული კვალი აშკარად ჩანს რუსულ ფონდებში და მათ მოკავშირე ქართულ ორგანიზაციებში. აღსანიშნავია, რომ წლების განმავლობაში საქართველოში მოქმედი რუსეთთან კავშირში მყოფი არასამთავრობო ორგანიზაციები თუ ფონდები, როგორც წესი, ერთსა და იმავე ადამიანების დაარსებული ოყო. მაგალითად, ევრაზიის ინსტიტუტი და ევრაზიული არჩევანი, წლების განმავლობაში აარსებდნენ და კავშირში იყვნენ მკვეთრად პრორუსულ და ანტიდასავლურ ორგანიზაციებთან და ჯგუფებთან. ამ ფონდების პარტნიორი ორგანიზაციები იყვნენ ქართული გამოცემები “საქართველო და მსოფლიო”, “საქინფორმი”, “ივერიონი”, “ლევ გუმილევის ცენტრი”<sup>4</sup>.

აღსანიშნავია, რომ ეს ფონდები აღარ არიან აქტიურები. თუმცა, გააქტიურებულია უშუალოდ რუსულ სახელმწიფო ფონდებთან კავშირში მყოფი ორგანიზაციები: ევგენი პრიმაკოვის სახელობის ქართულ-რუსული საზოგადოებრივი ცენტრი, რომელიც, მაგალითად, 2015 წლიდან ატარებს რუსული ენის უფასო კურსებს ქართველი ახალგაზრდებისათვის „ა.მ. გორჩკოვის სახელობის საჯარო დიპლომატიის მხარდამჭერ ფონდთან და ფონდ „რუსულ სამყაროსთან“ ერთად<sup>5</sup>. თავის მხრივ, ფონდი „რუსული სამყარო“ 2007 წელს რუსეთის ფედერაციის პრეზიდენტის ბრძანების საფუძველზე შეიქმნა რუსული ენის, როგორც “რუსეთის ეროვნული მემკვიდრეობის და რუსეთისა და მსოფლიოს მნიშვნელოვანი ელემენტის” პოპულარიზაციისთვის. „ალექსანდრე გორჩაკოვის სახელობის სახალხო დიპლომატიის ფონდი“ რუსეთის პრეზიდენტის განკარგულების საფუძველზე შეიქმნა 2010 წელს და რუსეთის სახელმწიფო ფულით ფინანსდება. გორჩაკოვის

<sup>4</sup> დეტალურად ამ ორგანიზაციების შესახებ იხ.

<https://idfi.ge/public/upload/Meri/Russian%20Influence%20on%20NGOs%20and%20Media.pdf>

<sup>5</sup> <https://goo.gl/bXi9gZ>



ფონდის ვებგვერდზეც მოცემულია ინფორმაცია საქართველოში ცენტრის საქმიანობის შესახებ.<sup>6</sup> ევგენი პრიმაკოვის სახელობის ქართულ-რუსული საზოგადოებრივი ცენტრის ხელმძღვანელი ამჟამად დიმიტრი ლორთქიფანიძეა, რომელიც თანამშრომლობს „ქართული მარშთან“. გასული წლის მაისში „ეროვნულ ძალთა შეთანხმება“ გააფორმეს და დაანონსეს ბრძოლა „ნარკოპროპაგანდისტებთან და სოდომისტებთან“<sup>7</sup>.

რამდენად მაღალია ანტიდასავლური საინფორმაციო პოლიტიკის ზეგავლენა ქართულ საინფორმაციო სივრცეზე? რა ინდიკატორებით აფასებთ არსებულ გამოწვევას? რა მონაცემებს ეყრდნობა თქვენი მოსაზრება? (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 750).

გარდა კონკრეტული პოლიტიკური თუ ულტრანაციონალისტური ძალებისა, ანტიდასავლური პოლიტიკის გავრცელების ძირითად წყაროს საქართველოში მედია წარმოადგენს. ტელევიზიაში ასეთად გვევლინება „მედიაკავშირი ობიექტივი“, რომელიც NDI-ის 2018 წლის დეკემბრის გამოკითხვის თანახმად, 22%-ით 5 ყველაზე ყურებად ტელეარხს შორის მოხვდა.<sup>8</sup>

ასევე, ტელეკომპანია „ქართული აზრი“, რომლის ყურებადობის შესახებაც სტატისტიკური ინფორმაცია არ მოიპოვება. თუმცა, საკმაოდ აქტიურია მისი „ფეისბუკ“ გვერდი, რომელიც რამდენიმე დღის წინ დაიბლოკა. „ქართული აზრის“ დამფუძნებლები არიან მოძრაობა „ქართული იდეის“ დამაარსებლები: გურამ ფალავანდიშვილი და მისი შვილი - ალექსანდრე ფალავანდიშვილი, გურამ ქართველიშვილი, დიმიტრი ლორთქიფანიძე, ლევან ჩაჩუა. ორივე ტელეკომპანია ღიად ანტი-დასავლური რიტორიკის გამავრცელებელია: არიან სეკულარიზმის წინააღმდეგნი და გამოირჩევიან აგრესიულად ქსენოფობიური და ჰომოფობიური რიტორიკით. ამ მხრივ, განსაკუთრებული ყურადღება მახვილდება შემდეგ სამ

<sup>6</sup> <https://www.gorchakovfund.ru/georgia/>

<sup>7</sup> <https://www.transparency.ge/blog/kartuli-neonacizmis-anatomia>

<sup>8</sup>

[https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Georgia\\_Issues%20Poll%20Presentation\\_December%202018\\_Georgian\\_Final.pdf](https://www.ndi.org/sites/default/files/NDI%20Georgia_Issues%20Poll%20Presentation_December%202018_Georgian_Final.pdf)





საკითხთან მიმართებით: გაეროს მიგრაციული პაკტი - „საქართველოში ღარიბი ქვეყნებიდან (აზიიდან და აფრიკიდან) მიგრანტების შემოყვანა“, ანტიდისკრიმინაციული კანონი - „განათლების სისტემაში და მთელ საზოგადოებაში ლგბტ ბილწი მამათმავლობის დამკვიდრება-პროპაგანდა“, და „პარლამენტში ოჯახის დამანგრეველი „ბავშვის უფლებათა კოდექსის“ განხილვა. მნიშვნელოვანია, რომ გარდა სატელევიზიო და ინტერნეტ მიმართვებისა, აღნიშნული მოძრაობის წევრები აქტიურად დადიან სხვადასხვა რეგიონებში, სადაც ადგილობრივ მოსახლეობას ხვდებიან და ზემოხსენებული თემების არასწორ ინტერპრეტაციასა და ანტი-დასავლურ რიტორიკას ავრცელებენ.

გარდა ტელევიზიებისა, ანტი-დასავლური პროპაგანდა ვრცელდება ონლაინ მედია საშუალებებიდანაც. გაზეთი „საქართველო და მსოფლიო“ და „თბილისი 24“ ძირითადად რუსულენოვან წყაროებს ეყრდნობიან და მათ მიერ დაწერილ ყალბ მასალას ავრცელებენ. ორივე მედია საშუალება ღიად აქვეყნებს საბჭოთა ნოსტალგიით დატვირთულ სტატიებს, სადაც ხშირია ისტორიის ფალსიფიცირება და გაყალბება. ანტი-დასავლური პროპაგანდის კიდევ ერთი გამავრცელებელია ონლაინ მედია სააგენტო „ალტ-ინფო“, რომელიც ძირითადად დასავლეთში არსებულ ულტრა-მემარჯვენე პროპაგანდისტულ, კონსპირაციულ ან სატირული ხასიათის ვებგვერდების მიერ გავრცელებულ ცნობებს აქვეყნებს. მის ძირითად წყაროებს წარმოადგენენ: Breitbart, Infowars, World News Daily Report და სხვ.

გარდა უშუალოდ მედია საშუალებებისა, ანტი-დასავლური რიტორიკა სოციალური მედიის გვერდებიდანაც (როგორც პირადი, ასევე საჯარო გვერდები) საკმაოდ აქტიურად ვრცელდება. ამის თვალსაჩინო მაგალითს წარმოადგენენ ფეისბუქ გვერდები - „ანტილიბერალური კლუბი“, „ალფა-დომინანტი“, „ანტი-პარადოქსი“, „ეროვნული ძალა“, „წინააღმდეგობა“, „ეროვნული ერთობა“ და ა.შ. მიუხედავად იმისა, რომ ჩამოთვლილი გვერდების უმრავლესობა ფეისბუქის ადმინისტრაციამ რამდენიმე დღის წინ დაბლოკა, აღნიშნული გამოსავალს არ წარმოადგენს და გამოწვევას გრძელვადიან პერსპექტივაში ვერ აგვარებს. ეს მსგავსი გვერდები დაბლოკვის პირველი ტალღა არ არის. მაგ. გვერდები „ანტილიბერალური კლუბი“ და „ალფა-დომინანტი“ წარსულშიც არაერთხელ ყოფილან დაბლოკილნი, თუმცა



გარკვეული დროის გასვლის შემდეგ (საშუალოდ ერთ თვიანი პერიოდის) ისევ აქტიურად უბრუნდებიან საქმიანობას. მათი აუდიტორიის რიცხვი კი, ზრდას განიცდის. გარდა ფეისბუკ გვერდებისა, აუცილებელია აღინიშნოს ფეისბუკ მომხმარებლების პირადი გვერდებიც, რომლებიც ოფიციალურად არც ერთი ულტრანაციონალისტური თუ ულტრა-მემარჯვენე ჯგუფისა და გაერთიანების წევრები არ არიან, მაგრამ აქტიურად ავრცელებენ ანტიდასავლურ რიტორიკას.

რთულია ზუსტად იმის გაზომვა აღნიშნული საინფორმაციო საშუალებების ზეგავლენა რამხელაა. თუმცა, ის ფაქტი რომ მედიის ყველა არხის (სატელევიზიო, ბეჭდური, ონლაინ) გამოყენებით მუშაობენ აუდიტორიაზე, მათი ზეგავლენის სიძლიერეზე მიუთითებს.

რა ტიპის ჯგუფები და რომელი ჯგუფები მოიაზრება ანტიდასავლური საინფორმაციო პოლიტიკის განმახორციელებლად საქართველოში? როგორ ხდება მათი კავშირის იდენტიფიცირება სხვა ქვეყნის/ების ინტერესებთან. (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 750).

ანტიდასავლური საინფორმაციო პოლიტიკის განმახორციელებლად ძირითადად ულტრა-მემარჯვენე და ულტრანაციონალისტური ჯგუფები მოიაზრებიან. დღეისათვის საქართველოში რამდენიმე ნაციონალისტური გაერთიანება არსებობს, თუმცა მათი ერთ კონტექსტში მოაზრება არასწორია. ისინი ერთმანეთისგან განსხვავდებიან როგორც იდეოლოგიურად, ასევე მოქმედების დღისწესრიგითაც. მაგალითად, „ქართული მარშის“ ლიდერების განცხადების თანახმად, ისინი თავს თანამედროვე ევროპული ნაციონალიზმის ხაზის გამაგრებლებლად მიიჩნევენ. ხოლო მოძრაობა „ეროვნული ერთობა“, გიორგი ჭელიძის ლიდერობით, ღია ფაშისტური იდეოლოგიის მატარებელია, რომელიც ქართული არიული რასის იდეას ქადაგებს. გარდა „ეროვნული ერთობისა“, „თეთრი ნაციონალიზმის“ სიმბოლოს გარშემო გაერთიანებული ჯგუფები არიან „ედელვაისი“ და „ბერგმანი“. ისინი



ემიჯნებიან როგორც პრო-რუსულ, ასევე ლიბერალურ იდეოლოგიას და ეროვნულ-ნაციონალისტური იდეოლოგიის მატარებლები არიან.<sup>9</sup> აღნიშნული სამი ნეონაციონალისტური მოძრაობა ღიად აგრესიულია. მათი აქტივისტები არაერთხელ ყოფილან დაკავებულნი უცხოელ მოქალაქეებსა და აღმაშენებლის გამზირზე მდებარე კაფეებზე თავდასხმის გამო.

მნიშვნელოვანია, რომ ზემოთ ჩამოთვლილი ნეონაციონალისტური დაჯგუფებები ოფიციალურად მოძრაობების სტატუსით რეგისტრირებულნი არ არიან, რაც კვლევას მათი წარმოშობისა და ხელმძღვანელობის შესახებ ართულებს.

„საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს“ კვლევაში „ქართული ნეონაციონალისტების ანატომია“<sup>10</sup> ვკითხულობთ, რომ „ქართული მარშის“ და მასთან დაკავშირებული ორგანიზაციების ცალკეული ლიდერები პირდაპირ უკავშირდებიან რუსეთის სახელმწიფოს ან ადგილობრივ პოლიტიკურ ორგანიზაციებს. ამის თვალსაჩინო მაგალითია დიმიტრი ლორთქიფანიძე, რომელიც „პოლიტიკიდან წასვლის“ და „ქართული მარშის“ აქტივობებში გააქტიურების შემდეგ „პრიმაკოვის სახელობის ქართულ-რუსული საზოგადოებრივი ცენტრის“ დირექტორი გახდა, რომელიც გორჩაკოვის ფონდის (რუსული რბილი ძალის გავრცელების ერთ-ერთი ინსტიტუტი) მიერაა დაფუძნებული. გორჩაკოვის ფონდი კი, თავის მხრივ, რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროსგან ფინანსდება. მიუხედავად ამისა, ქართული მარშის ლიდერი სანდრო ბრეგაძე ბრალდებას რუსეთთან კავშირის შესახებ აბსურდულს უწოდებს, რის საპირწონე არგუმენტადაც რუსეთის წინააღმდეგ ორ ომში საკუთარი მონაწილეობა მოჰყავს.

ანტიდასავლური გზავნილების გავრცელების ერთ-ერთი წყარო სასულიერო პირების გარკვეული ნაწილიც. განსაკუთრებით საფრთხის შემცველია სასულიერო პირების მიერ გავრცელებული დეზინფორმაციისა თუ პროპაგანდის გზავნილები, რადგან მათ საზოგადოების ფართო ფენებში მაღალი ნდობა აქვთ. სასულიერო პირების მხრიდან ანტიდასავლურ კამპანიაში აქტიურობა ჩანდა ანტიდისკრიმინაციული კანონის მიღებისას. მაგალითისთვის, ერთ-ერთი სასულიერო პირი პირდაპირ

<sup>9</sup> <https://www.amerikiskhma.com/a/georgia-neo-nazis-marched-in-tbilisi-center/3528473.html>

<sup>10</sup> [https://www.transparency.ge/ge/blog/kartuli-neonacizmis-anatomia?fbclid=IwAR2raZaN3nbLULVyiFTTrSKQ8UecEvdTuMu\\_4rCfqQjWeg-V6ClzkC\\_Z\\_8E](https://www.transparency.ge/ge/blog/kartuli-neonacizmis-anatomia?fbclid=IwAR2raZaN3nbLULVyiFTTrSKQ8UecEvdTuMu_4rCfqQjWeg-V6ClzkC_Z_8E)



აცხადებდა, რომ რაც უფრო ვუახლოვდებით ამერიკასა და ევროპას, მით უფრო ვცილდებით ქრისტეს<sup>11</sup>. სასულიერო პირების მხრიდან ანტიდასავლური გზავნილების ფაქტებით, რა თქმა უნდა, არ ვამტკიცებთ, რომ მთლიანად ინსტიტუტია დეზინფორმაციის გამავრცელებელი.

გარდა ამისა, პოლიტიკური პარტიების ნაწილი, „პატრიოტთა ალიანსი“, „დემოკრატიული მოძრაობა — ერთიანი საქართველო“, „თავისუფალი საქართველო“, „ცენტრისტები“ ასევე გვევლინებიან ანტიდასავლური გზავნილების გამავრცელებლად. „დემოკრატიული მოძრაობა-ერთიანი საქართველოს“ ძირითადი ნარატივი აგებულია იმაზე, რომ საქართველომ ნეიტრალიტეტი უნდა გამოაცხადოს და შეწყვიტოს ნატოსთან ინტეგრაცია, რამაც შესაძლოა საქართველოს ტერიტორიულ მთლიანობის აღდგენა უზრუნველყოს და რუსეთთან კეთილმეზობლური ურთიერთობების ჩამოყალიბებას შეუწყოს ხელი. აღნიშნული ნარატივის გავლენები აშკარად ჩანს მოსახლეობის განწყობებზე ნეიტრალიტეტის მიმართ. (იხ. ქვემოთ).

ქართული საზოგადოების რომელი ჯგუფებია (სოციალური, ეთნიკური, რელიგიური, გენდერული, ასაკობრივი) განსაკუთრებით მოწყვლადი ქვეყნის წინააღმდეგ წარმოებული დეზინფორმაციული და პროპაგანდისტული კამპანიის მიმართ? რა მონაცემებს ეყრდნობით? (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 750).

დეზინფორმაციული და პროპაგანდისტული კამპანიის მიმართ განსაკუთრებით მოწყვლად ჯგუფებს შორის შეიძლება გამოვყოთ ეთნიკური უმცირესობები, რომლებიც კომპაქტურად არიან დასახლებულები სამცხე-ჯავახეთისა და ქვემო ქართლის რეგიონებში. 2014 წლის საყოველთაო გამოკითხვის შედეგებით ვლინდება, რომ სამცხე-ჯავახეთში მოსახლეობის დაახლოებით 49.7% ეთნიკურად სომეხია, რომელთაგან მხოლოდ 20% (16,676) ამბობს, რომ მას ქართულად საუბარი შეუძლია. მსგავსი სიტუაციაა ქვემო ქართლშიც, სადაც მოსახლეობის 41%-ს ეთნიკურად აზერბაიჯანელები წარმოადგენენ და მათი მხოლოდ 10% აცხადებს, რომ ქართულ ენაზე საუბარი შეუძლია<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> <http://www.tabula.ge/ge/verbatim/96850-mghvdeli-rac-ufro-davuaxlovdebit-evropas-mit-metad-davshordebit-gristes>

<sup>12</sup> <http://census.ge/ge/results/census1>



შესაბამისად, განსხვავებით საზოგადოების სხვა ჯგუფებისგან, სომეხი და აზერბაიჯანული თემები პირდაპირ რუსულენოვან და რუსეთის სახელმწიფო საინფორმაციო საშუალებებიდან იღებენ ინფორმაციას. NDI-ისა და კავკასიის ბარომეტრის გამოკითხვები ადასტურებენ, რომ საქართველოს მოსახლეობის ის ნაწილი, რომელიც ინფორმაციას არაქართულენოვანი ტელევიზიებიდან იღებს, ძირითადად უყურებს რუსეთის პირველ არხს (21%), Russia Today-ს (11%), Россия1-ს (9%) და Россия 24-ს (6%)<sup>13</sup>. რუსულენოვანი არხების გარდა, ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში, მოსახლეობა ინფორმაციის მისაღებად იყენებს აზერბაიჯანულ, თურქულ, სომხურ ტელეახერხებს და სოციალურ ქსელ - „ოდნოკლასნიკს“. საზოგადოებრივი მაუწყებელი (რომელსაც ვალდებულება აქვს, განათავსოს უმცირესობების ენაზე, უმცირესობების შესახებ და უმცირესობების მიერ მომზადებული პროგრამები) და ადგილობრივი მედია მაუწყებლები ვერ ახერხებენ ადგილობრივი მოსახლეობის დაინტერესებას. იგივე საზოგადოებრივი მაუწყებელი აზერბაიჯანულ და სომხურ ენაზე ინფორმაციას ონლაინ გადასცემს და არა ტელევიზიით.

ეთნიკური უმცირესობების მოწყვლადობა დეზინფორმაციული კამპანიების მიმართ მათ საზოგადოებრივ განწყობებში ჩანს. ტრადიციულად, საქართველოს ევროკავშირში და ნატოში გაწევრიანების მიმართ მათი მხარდაჭერა, ქართულენოვანი მოსახლეობის მხარდაჭერის მაჩვენებელს ჩამორჩება<sup>14</sup>. აღსანიშნავია, რომ ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებულ რეგიონებში, კითხვაზე მისაღებია თუ არა მათთვის ნატოსა და ევროკავშირში ინტეგრაცია, ყველაზე ხშირი პასუხია - „არ ვიცი“<sup>15</sup>.

ასაკობრივ ჯგუფებში, შედარებით უფრო მოწყვლადი 55+ ჯგუფია, რომლებსაც გაცილებით ნაკლები მედია წიგნიერების დონე და უნარ-ჩვევები აქვთ. ამიტომ, სავარაუდოა, რომ მათ უჭირთ დეზინფორმაციისა და ნამდვილი ამბის გარჩევა. სხვაობები საზოგადოებრივ გამოკითხვებშიც ჩანს. ყველაზე მეტი მოწინააღმდეგე ევროკავშირსა და ნატო-ში ინტეგრაციის საკითხში ასაკობრივ ჯგუფებში შორის,

<sup>13</sup> <https://caucasusbarometer.org/ge/nm2018ge/FRWRCO-by-ETHNOCODE/>

<sup>14</sup> <https://caucasusbarometer.org/ge/nd2018ge/ETHNOCODE-by-JOINEU/>

<sup>15</sup> [https://drive.google.com/file/d/0B8CN\\_dWHb-BYaDNRdGZsMjZRMDB3MVUzRTVjN2V5UERwQ1dj/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/0B8CN_dWHb-BYaDNRdGZsMjZRMDB3MVUzRTVjN2V5UERwQ1dj/view?usp=sharing)



სწორედ 55+ აქვს. გარდა ამისა, ყველაზე მეტი პასუხი „არ ვიცი“ ამავე ასაკობრივ ჯგუფში ფიქსირდება.

დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის გავრცელებისას, რა განსხვავებული მიდგომები გამოიყენება ქართული საზოგადოების ცალკეულ ჯგუფებზე ზემოქმედების მიზნით? რა მონაცემებს ეყრდნობით მიდგომების იდენტიფიცირებისას? (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 750).

დეზინფორმაციულ კამპანიებში შესაძლებელია გამოვყოთ გარკვეული თემები, რომლებიც ცალკეულ სოციალურ ჯგუფებზე ზემოქმედების მიზნით გამოიყენება. ერთ-ერთი ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითია აჭარის მოსახლეობისთვის და სამცხე-ჯავახეთის ეთნიკურად სომეხი მოსახლეობისთვის შემუშავებული დეზინფორმაციის კამპანია, რომელიც თურქეთის ექსპანსიის საფრთხეზე, ყარსის ხელშეკრულების საფრთხეებსა და ნატოში ინტეგრაციის შემთხვევაში თურქული ჯარის საქართველოში შემოსვლის შესაძლებლობებში არწმუნებს მოსახლეობას. აღნიშნული კამპანია წლების განმავლობაში ყველა შესაძლო პროპაგანდისტული არხის საშუალებით, ტელევიზია (ობიექტივი), ბეჭდური მედია, ონლაინ მედია საშუალებები<sup>16</sup>, სოციალური ქსელის გვერდები და პოლიტიკური პარტიები (პატრიოტთა ალიანსი)<sup>17</sup>, ხორციელდება.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ანტიდასავლური დეზინფორმაციის ის კამპანია, რომლის ფარგლებშიც დასავლური ღირებულებების შეუსაბამობა ხდება ქართულ ფასეულობებთან. ეს არგუმენტი გამოიყენება ნატოსა და ევროკავშირში ინტეგრაციის საწინააღმდეგოდ. ძირითადი აქცენტები კეთდება იდენტობასთან დაკავშირებულ საკითხებზე. დასავლური ინსტიტუტებისა და სახელმწიფოების დადანაშაულება ხდება გარყვნილი ცხოვრების წესის პროპაგანდაში, მის საპირწონედ კი, რუსეთთან, როგორც ერთმორწმუნე სახელმწიფოსთან თანამშრომლობას ენიჭება უპირატესობა.

ანტიდასავლური დეზინფორმაცია გავლენის მოხდენას განსაკუთრებით

<sup>16</sup> <https://factcheck.ge/ka/story/29106-thurqethis-prezidentma-erdoghanma-ganatskhada-rom-bathumi-thurqethis-sazghvrebshi-unda-moeqtses>

<sup>17</sup> <http://batumelebi.netgazeti.ge/news/57998/>



საზოგადოების იმ ნაწილზე ცდილობს, რომელიც მართლმადებლური ეკლესიის მრევლია. ანტიდისკრიმინაციული კანონის განხილვისა და მიღების პროცესი ამის ცალსახა მაგალითია. მედიის განვითარების ფონდის 2016 წლის ანგარიშში გამოყოფილია კონკრეტული გზავნილები, რომლებიც დასავლეთს ამორალურ და გარყვნილ სივრცედ წარმოჩენას და ამ გარყვნილების საქართველოზე თავსმოხვევის საფრთხეებზე საუბრობს: „დასავლეთი თავს გვახვევს ჰომოსექსუალობას, მიუღებელ ღირებულებებს, ებრძვის ეროვნულ თვითმყოფადობას, ტრადიციებს, მართლმადებლობას, თავს გვახვევს ინცესტს, პედოფილიას, ზოოფილიას, გარყვნილი ცხოვრების წესს, ებრძვის ოჯახის ინსტიტუტს“<sup>18</sup>.

ამ მაგალითების საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ანტიდასავლური დეზინფორმაცია და პროპაგანდა იყენებს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფებში არსებულს სისუსტეებსა და მოწყვლადობებს და სწორედ ამ სისუსტეებზე ახდენს თავისი გზავნილების კაპიტალიზაციას.

ცალკე ყურადღების საგანია აფხაზეთის მოსახლეობა, რომელსაც ყოველდღიურ რეჟიმში მიეწოდება რუსული დეზინფორმაციული კამპანიები რუსული სახელმწიფო ტელეარხებიდან და ონლაინ სააგენტოებიდან.

თქვენი მოსაზრებით, როგორ ვითარდება ანტიდასავლური დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის გავრცელების მეთოდები და გზები ბოლო 10 წლის მანძილზე? რა მონაცემებს ეყრდნობა თქვენი მოსაზრება? (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 1000)).

ანტიდასავლური დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის გზავნილების მეთოდები დროთა განმავლობაში შეიცვალა. გაცილებით დიდი მასშტაბი შეიძინა სოციალურმა ქსელმა, სადაც ინფორმაციის გავრცელება გაცილებით სწრაფადაა შესაძლებელი და ნაკლებ ნაკლებ ხარჯს უკავშირდება. ანტიდასავლური გზავნილების

<sup>18</sup> მედიის განვითარების ფონდი. 2016. [http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/65/file/Antidasavluri-GEO-web \(1\).pdf](http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/65/file/Antidasavluri-GEO-web (1).pdf)



გასავრცელებლად, სოციალურ ქსელს, თითქმის ყველა დეზინფორმაციული წყარო იყენებს.

10 წლის განმავლობაში შეიცვალა ისიც, რომ უკანასკნელ წლებში განსაკუთრებით გაძლიერდნენ ორგანიზებული ჯგუფები, რომლებიც მკვეთრად ანტიდასავლური რიტორიკით გამოირჩევიან. ადამიანები, რომლებიც წლების განმავლობაში ინდივიდუალურად გვევლინებოდნენ ანტიდასავლური გზავნილების გამავრცელებლად, ახლა ინსტიტუციონალიზებულ ჯგუფებად იქცნენ, მაგ. „ქართული მარში“ და სხვა ზემოთჩამოთვლილი ჯგუფები.

მნიშვნელოვანი ცვლილებაა ისიც, რომ გამოკვეთილად ანტიდასავლური ტელევიზია არ არსებობდა. ახლა კი ტელეკომპანია „ობიექტივი“ სატელევიზიო ეთერით უზრუნველყოფს ყველა იმ საზოგადოებრივ ჯგუფსა თუ ინდივიდს, ვინც ანტიდასავლური გზავნილების მთავარი ავტორები არიან.

ცვლილებაა დეზინფორმაციის ფორმებშიც. თუკი წარსულში ცალსახად ყალბი ამბები ვრცელდებოდა, რომელთა გადამოწმება და ობიექტური ინფორმაციით დაპირისპირება შესაძლებელი იყო, ახლა დეზინფორმაციული კამპანიები ძირითად „ნარატივებით“ და „ანალიტიკური“ მასალით იწარმოება.

საერთო ჯამში, დეზინფორმაციული კამპანიები და გზავნილები გასული წლების განმავლობაში მხოლოდ ძლიერდება. ამ ფონზე კი ხელისუფლების მხრიდან საფრთხის აღიარების გაჭიანურებამ კიდევ უფრო მოწყვლადი გახადა საზოგადოება. ხელისუფლების მხრიდან კი ისეთ თემებზე, როგორებიც სასოფლო-სამეურნეო მიწის გასხვისების აკრძალვა და ქორწინების განმარტება იყო, საკონსტიტუციო ცვლილებების მიღებამ გარკვეულწილად ხელი შეუწყო ამ თემებისა და ნარატივების გამავრცელებელ ჯგუფებს და მათ მოთხოვნებს ლეგიტიმურობა შესძინა.

გარდა ამისა, საზოგადოებისთვის, ექსპერტული ჯგუფებისთვის სრულიად უცნობია ქონდა თუ არა რუსეთს საქართველოს არჩევნებში ჩარევის მცდელობა, განსაკუთრებით იმის ფონზე რასაც რუსეთი დასავლეთის წარმატებულ სახელმწიფოებშიც კი ახორციელებს. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ სახელმწიფო უფრო მობილიზებული იყოს 2020 წლის საპარლამენტო არჩევნების დროს.

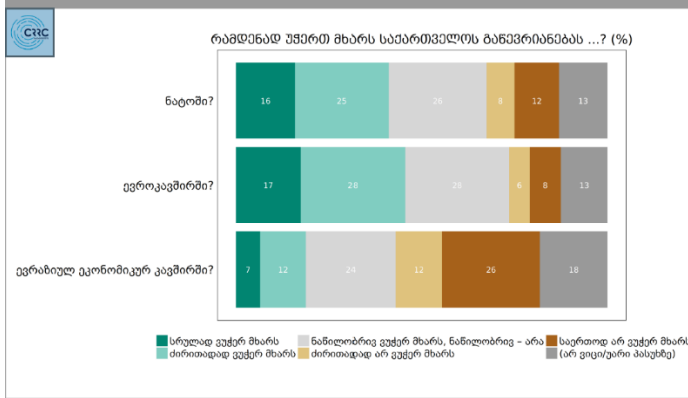




როგორ აისახა ანტიდასავლური დეზინფორმაციული და პროპაგანდისტული კამპანია საზოგადოების განწყობებზე და დამოკიდებულებებზე? რა მონაცემებს/ფაქტებს ეყრდნობა თქვენი მოსაზრება (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 750)).

ანტიდასავლური საინფორმაცია პოლიტიკის გავლენის გაზომვა თუ პირდაპირი კორელაცია ან მიზეზ-შედეგობრივი ურთიერთობების დადგენა კონკრეტულ დეზინფორმაციულ კამპანიასა და საზოგადოებრივ განწყობაზე რთულია. თუმცა, დეზინფორმაციის გავლენების შესაფასებლად, ცალკეული ინდიკატორებისა და ტენდენციების გამოყოფა მაინც შესაძლებელია. ამ გავლენების შესაფასებლად ვეყრდნობით საზოგადოებრივი გამოკითხვის შედეგებს და მათ მეორეულ ანალიზს. პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს, რომ არასწორი იქნება, თუ ანტიდასავლური დეზინფორმაციის საზოგადოებაზე გავლენის შესაფასებლად საზოგადოებრივი გამოკითხვების მხოლოდ იმ შედეგებს დავეყრდნობით, სადაც მოსახლეობის ნატოსა და ევროკავშირის მიმართ მხარდაჭერაა გაზომილი. საქართველოს საგარეო პოლიტიკურ არჩევანთან დაკავშირებულ კითხვებზე რესპონდენტების მხარდაჭერის მაჩვენებლები კითხვის ფორმირების ცვლილებასთან ერთად იცვლება, რაც მიუთითებს იმაზე, რომ მხარდაჭერა არათანმიმდევრული და არამყარია. მაგალითად, NDI-ის უკანასკნელი გამოკითხვის შედეგების თანახმად, მოსახლეობის 83% ამბობს, რომ საქართველოს მთავრობის გაცხადებული მიზანი - საქართველო გახდეს ევროკავშირის წევრი - მისთვის მისაღებია.<sup>19</sup> თუმცა, კავკასიის ბარომეტრის ფარგლებში, განსხვავებული ფორმით დასმული შეკითხვა საქართველოს საგარეო პოლიტიკურ არჩევანზე განსხვავებულ შედეგებს გვამღევეს:

<sup>19</sup> <https://caucasusbarometer.org/ge/nd2018ge/JOINEU/>



მოსახლეობის იმ ნაწილის 52%, რომელსაც ევროკავშირის წევრობა არ უნდა, მიზეზად იმას ასახელებს, რომ „ევროკავშირში გაწევრიანება საქართველოს სარგებელს ვერ მოუტანს / არაფრის მომცემი იქნება“. ეს განწყობა კავშირში ანტიდასავლური დეზინფორმაციის ერთ-ერთ მთავარ თეზისთან, რომელიც ევროკავშირში ინტეგრაციის უპერსპექტივობაზე საუბრობს. მაგალითისთვის, მედიის განვითარების ფონდის მიერ მომზადებული 2017 წლის ანგარიშში მოცემულია 62 გზავნილი, რომელიც საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის, ინდივიდისა თუ პოლიტიკური პარტიის მიერ იყო გავრცელებული და რომელიც ევროკავშირის მიერ საქართველოსთვის უვიზო რეჟიმის დაწესების მნიშვნელობის ერთგვარი გაუფასურებას ახდენდა და ამტკიცებდა, რომ ვიზალიბერალიზაცია რეალურად საქართველოს მოქალაქეებისთვის უსარგებლოა<sup>20</sup>. ანტიდასავლური დეზინფორმაციის კიდევ ერთი გავრცელებული თეზისი უკავშირდება იმას, რომ ევროკავშირი და ევროპული ფასეულობები ქართულ ტრადიციებთან, კულტურასთან, იდენტობასა და რელიგიასთან შეუსაბამოა. ამ ნარატივის გარკვეულ შედეგს ვხედავთ საზოგადოებრივ გამოკითხვებშიც. მაგალითად, ევროკავშირის მიმართ დამოკიდებულებისა და ცოდნის შეფასება 2017 წლის ანგარიშის მიხედვით, 41% სრულად ეთანხმება ან უფრო ეთანხმება ვიდრე არ ეთანხმება, რომ ევროკავშირი საფრთხეს უქმნის ქართულ ტრადიციებს<sup>21</sup>.

ნატოს შემთხვევაში, მოსახლეობის იმ ნაწილის 51%, რომელიც ამბობს, რომ მხარს არ უჭერს საქართველოს ნატოში ინტეგრაციას, მიზეზად ასახელებს იმას, რომ ნატოში

<sup>20</sup> მედიის განვითარების ფონდი. ანტიდასავლური პროპაგანდა, 2017. [http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/89/file/anti\\_dasavluri\\_propaganda\\_2017\\_-\\_GEO.pdf](http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/89/file/anti_dasavluri_propaganda_2017_-_GEO.pdf) გვ. 14.  
<sup>21</sup> <https://caucasusbarometer.org/ge/eu2017ge/EUTHREAT/>



გაწევრიანება სარგებელს ვერ მოუტანს საქართველოს / არაფრის მომცემი იქნება, ხოლო 16% აცხადებს, რომ ნატოში გაწევრიანება გამოიწვევს ურთიერთობების გაუარესებას რუსეთთან<sup>22</sup>. აღნიშნული განწყობები კავშირშია მედიაში გავრცელებულ გზავნილებთან. ნატოსთან დაკავშირებით მთავარი ანტიდასავლური გზავნილები შემდეგნაირად გამოიყურება: ა) ნატოსთან თანამშრომლობა, მათ შორის საქართველოში ერთობლივი სამხედრო წვრთნების ჩატარების ფაქტი, რუსეთის პროვოცირებად და სამხედრო ესკალაციის შესაძლებლობად წარმოჩინდება; ბ) ალიანსი საქართველოს უსაფრთხოების გარანტი არ არის; გ) ნატოში ინტეგრაციის ფასი საქართველოს ტერიტორიების დაკარგვა და ქვეყნის დაყოფა იქნება, სხვ<sup>23</sup>.

ნატოსა და ევროკავშირთან დაკავშირებული ანტიდასავლური გზავნილები ხშირად ავრცელებენ იმ მოსაზრებასაც, რომ საქართველოსთვის ყველაზე ხელსაყრელი საგარეო პოლიტიკური არჩევანი ნეიტრალურობაა. აღსანიშნავია, რომ ამ გზავნილის მნიშვნელოვან წყაროდ პოლიტიკური პარტიებიც გვევლინებიან. საზოგადოებაში ამ გზავნილების გავლენა თვალსაჩინოა საზოგადოებრივი გამოკითხვის შემდეგ შედეგში: კითხვაზე, საქართველოს ნეიტრალურობას ემხრობიან თუ საქართველოს რომელიმე ბლოკში გაწევრიანებას, გამოკითხულთა 51% ამბობს, რომ საქართველო ნეიტრალური თუ იქნება, ეს შეიძლება დაგვეხმაროს კონფლიქტების მოგვარებასა და უსაფრთხოების გაძლიერებაში<sup>24</sup>.

გარდა ამისა, დეზინფორმაციული კამპანიის ერთ-ერთი მძლავრი ტალღა შეეხებოდა საქართველოში მიგრანტების ზრდასა და მათ მიერ სასოფლო-სამეურნეო მიწების შესყიდვას. უცხოელების მიმართ მიზანმიმართულ კამპანიას გარკვეული შედეგები უკვე აქვს მოსახლეობის განწყობებზე:

- 2015 წლიდან 2017 წლამდე 5-დან 16%-მდე გაიზარდა ადამიანთა რიცხვი, ვისაც უარყოფითი დამოკიდებულება აქვს იმ უცხოელების მიმართ, ვინც საქართველოში 3 თვეზე მეტხანს რჩება<sup>25</sup>;
- 41-დან 64%-მდე გაიზარდა იმ მოქალაქეთა რაოდენობა, ვინც ფიქრობს, რომ

<sup>22</sup> <https://caucasusbarometer.org/ge/cb2017ge/NATNSUPW/>

<sup>23</sup> მედიის განვითარების ფონდი. ანტიდასავლური პროპაგანდა, 2017

[http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/89/file/anti\\_dasavluri\\_propaganda\\_2017\\_-\\_GEO.pdf](http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/89/file/anti_dasavluri_propaganda_2017_-_GEO.pdf) გვ. 12.

<sup>24</sup> კავკასიის ბარომეტრი, 2017. <https://caucasusbarometer.org/ge/cb2017ge/RAND2/>

<sup>25</sup> <https://caucasusbarometer.org/en/cb2017ge/IMMIGATT/>



საქართველოში მიწას უნდა ფლობდეს მხოლოდ საქართველოს მოქალაქე მიუხედავად იმისა, როგორ გამოიყენებს ის ამას<sup>26</sup>.

სამწუხაროდ, ამ განწყობებს ხელი შეუწყო საკონსტიტუციო ცვლილებებმაც, რომლის შედეგადაც კონსტიტუციაში გაჩნდა ჩანაწერი სასოფლო-სამეურნეო მიწის უცხოელებზე გასხვისების აკრძალვასთან დაკავშირებით. მსგავსმა გადაწყვეტილებამ გააძლიერა ის ჯგუფები, რომლებიც ამ ნაბიჯს ადვოკატირებდნენ.

აღსანიშნავია, რომ 2016 წლის არჩევნებზე 5%-იანი ბარიერი გადალახა „პატრიოტთა ალიანსმა“, რომლებსაც მკვეთრად გამოხატული ანტიდასავლური გზავნილები აქვთ. შესაბამისად, დეზინფორმაციის საზოგადოებრივ განწყობებზე გავლენის შეფასებისას ერთ-ერთ ინდიკატორად ეს მონაცემიც გასათვალისწინებელია.

ჯერ-ჯერობით, ანტიდასავლური დეზინფორმაციის ზეგავლენა პირდაპირ არ თარგმნილა ევროკავშირისა და ნატოს მიმართ საზოგადოების მხარდაჭერის მკვეთრ ვარდნაში. თუმცა, ზემოთ ჩამოთვლილი მაგალითების გათვალისწინებით, აშკარაა, რომ დეზინფორმაციულ კამპანიების შედეგები მოსახლეობის განწყობებზე ასახულია.

როგორ ხედავთ პრობლემების მოგვარების გზებს თითოეულ თქვენ მიერ გამოკვეთილ პრობლემასთან მიმართებაში. (სიტყვათა მაქსიმალური რაოდენობა 1000).

დეზინფორმაცია არის რუსული მავნე გავლენის და ჰიბრიდული ომის ერთ-ერთი ნაწილი, რომელთან დაპირისპირებაც არ უნდა მოხდეს ერთიანი სტრატეგიული ხედვის შემუშავების გარეშე. სახელმწიფოს დეზინფორმაციის საწინააღმდეგო პოლიტიკა უნდა იყოს უფრო დიდი სტრატეგიული ხედვის ნაწილი, რომელიც რუსული მავნე ზეგავლენისა და ქმედებების წინააღმდეგ იქნება შემუშავებული.

კონკრეტულად, დეზინფორმაციის გავლენის შესამცირებლად საჭიროა მუდმივად ამ კამპანიების მონიტორინგი, შესწავლა და საპასუხო ქმედებების შემუშავება, რაც არ შეიძლება დავიყვანოთ მხოლოდ სტრატეგიულ კომუნიკაციებზე. სტრატეგიული კომუნიკაცია, რომელიც გულისხმობს სახელმწიფო ინსტიტუტებს შორის

<sup>26</sup> <https://caucasusbarometer.org/ge/eu2017ge/LANDOWN/>



კოორდინაციას და არა ცალკეული სამინისტროების საზოგადოებასთან ინდივიდუალურ კომუნიკაციას, შესაძლოა მხოლოდ ერთ-ერთი ინსტრუმენტი იყოს დეზინფორმაციასთან ბრძოლაში.

თუ აღნიშნულ გამოწვევასთან ბრძოლა უფრო მასშტაბურად და ეფექტურად გვსურს, აუცილებელია დასავლელი პარტნიორების გამოცდილების შესწავლა და გაზიარება. მათი გამოცდილება კი გვიჩვენებს, რომ დეზინფორმაციასთან ბრძოლის მექანიზმებს შორის ყურადღება უნდა გამახვილდეს შემდეგ მიმართულებებზე:

- საკანონმდებლო დონეზე - მნიშვნელოვანია, რომ პარლამენტმა იმსჯელოს და წარმოადგინოს დეზინფორმაციისა და რუსული გავლენების საფრთხეებთან ბრძოლის მექანიზმები საკანონმდებლო დონეზე. შესაძლებლობების ფარგლებში, შეიქმნას/გაუმჯობესდეს კანონმდებლობა, რომელიც საზოგადოებას საშუალებას მისცეს გამოვლინდეს რუსეთის ფედერაციის მხრიდან სხვადასხვა პოლიტიკური, ფინანსური, საზოგადოებრივი თუ სხვა ინსტრუმენტების გამოყენებით საქართველოში საზოგადოებრივი აზრის მანიპულაციისა და ცვლილების მცდელობები; მაგალითისთვის, საკანონმდებლო ცვლილებების მიღება, რაც შესაძლებლობას მოგვცეს გამოვავლინოთ რუსული დაფინანსების წყაროები და მათი კავშირები ადგილობრივ მედია და ე.წ. არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, შესაძლოა იყოს ერთ-ერთი ნაბიჯი საკანონმდებლო დონეზე.
- სამთავრობო დონეზე მაკოორდინირებელი სააგენტოს შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს დეზინფორმაციული საფრთხეების რეგულარულ მონიტორინგსა და შეფასებას. სააგენტო პასუხისმგებელი უნდა იყოს როგორც მთავრობის შიგნით, სამინისტროებისა და პარლამენტთან კოორდინაციაზე, ასევე მთავრობასა და სამოქალაქო სექტორს, ექსპერტულ ჯგუფებს შორის თანამშრომლობასა და ინფორმაციის გაცვლაზე. მსგავსი სააგენტო შექმნილია ჩეხეთში, ლიეტუვაში, დანიაში, შვედეთში, ავსტრალიაში<sup>27</sup>. გარდა ამისა, მაკოორდინირებული სააგენტო დეზინფორმაციასთან და უცხო ქვეყნის არალეგიტიმურ ჩარევებთან დაკავშირებით შესაბამისი საკანონმდებლო

<sup>27</sup> <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/?fbclid=IwAR3-dy7soNhKIXSErPUIwrZ7GMO8SC6LdTGehxkwH4anExp0A9kobAkDfGY#france>



ინიციატივების პარლამენტისათვის შეთავაზებაზე უნდა იყოს პასუხისმგებელი.

- საზოგადოებრივი მედეგობის გაზრდის პროცესში მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხრიდან ეფექტური სტრატეგიული კომუნიკაციის განხორციელება, რომელიც კონკრეტულ დეზინფორმაციულ კამპანიებთან დაკავშირებით არა მხოლოდ რეაქციული იქნება, არამედ პრევენციულად იმუშავებს, რათა გაზარდოს საზოგადოების ცნობიერება დეზინფორმაციის საფრთხეების მიმართ. ამავე კონტექსტში, მნიშვნელოვანია, რომ გავითვალისწინოთ დასავლელი პარტნიორების გამოცდილებაც და სკოლებსა და სხვა სასწავლო დაწესებულებებში დაინერგოს შესაბამისი სასწავლო პროგრამები მედია წიგნიერების კუთხით.
- საერთაშორისო დონეზე მნიშვნელოვანია, რომ საქართველო გახდეს ევროკავშირის, ნატოსა თუ ერთობლივად შექმნილი ისეთი ინსტიტუტების წევრი, როგორებიცაა EEAS East STRATCOM, NATO STRACOM COE, Finnish COE on Countering Hybrid Threats. ასევე, ორმხრივად მჭიდროდ ითანამშრომლოს ნატოსა და ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებთან გამოცდილების გაზიარების მიზნით.

