

## დეზინფორმაცია და არჩევნები – 2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების შეჯამება

2021 წლის ადგილობრივი თვითმმართველობის არჩევნების ორივე ტურის საარჩევნო პერიოდის განმავლობაში კოალიციის წევრების მიერ საინფორმაციო წყაროებზე დაკვირვებამ აჩვენა, რომ პოლიტიკური ბრძოლის იარაღად აქტიურად გამოიყენებოდა მანიპულაციური ინფორმაცია.

წინასაარჩევნო პერიოდში აქტიურად და მიზანმიმართულად ვრცელდებოდა არა მხოლოდ გადაუმონებელი და ოპონენტების დისკრედიტაციისკენ მიმართული ამბები, არამედ ცრუ და, უმეტეს შემთხვევაში, რეპუტაციული ზიანის მისაყენებლად გაკეთებული განცხადებები. დეზინფორმაციას ყველაზე ხშირად სოციალური მედიის საშუალებით არაავთენტური ანგარიშები, ანონიმურად მოქმედი და ცრუ მედია გვერდები ავრცელებდნენ.

აღსანიშნავია, რომ დისკრედიტაციის კამპანიების ძირითადი სამიზნე პოლიტიკური პარტიები „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“, „ქართული ოცნება - დემოკრატიული საქართველო“ და „გახარია საქართველოსთვის“ იყვნენ, თუმცა რეპუტაციის შემლახველი გზავნილები შეეხო „ლელოს“ და სხვა ოპოზიციურ პარტიებსაც. დისკრედიტაციის კამპანიები წინასაარჩევნო პერიოდში, ერთი მხრივ, რადიკალიზაციისა და პოლარიზაციის ხარისხის გაზრდას უწყობდა ხელს, მეორე მხრივ – საზოგადოებაში ჯანსაღი დებატებისა და მსჯელობის შესაძლებლობებს მკვეთრად ზღუდავდა.

### **სოციალურ მედიაში არსებული საინფორმაციო გამონვევა**

საარჩევნო პროცესებზე მიზანმიმართულად დამაზიანებელი ეფექტი არაოფიციალურად, ხშირად კი ანონიმურად წარმოებულმა კამპანიებმა იქონიეს. არადა წინასაარჩევნო კამპანია პოლიტიკური პარტიებისა და კანდიდატების საარჩევნო პროგრამების შეთავაზებას, მათი პოლიტიკური დღის წესრიგის ამომრჩევლებისთვის გაცნობას უნდა ისახავდეს მიზნად. სამწუხაროდ, 2021 წლის თვითმმართველობის არჩევნების ოფიციალური წინასაარჩევნო კამპანია ძირითადად მადისკრედიტებელი განცხადებებით იყო გაჯერებული. აღნიშნულს კიდევ უფრო ამწვავებდა სოციალურ ქსელში წარმოებული არაოფიციალური კამპანია, რომელიც მანიპულირებული მასალებით ოპონენტების დაზიანებას, ამომრჩეველთა დაბნევასა და დეზორგანიზებას ემსახურებოდა.

ანონიმური დისკრედიტაციის კამპანია სოციალურ მედიაში სხვადასხვა ტაქტიკით წარიმართებოდა. ამ მხრივ განსაკუთრებული ორგანიზება და დამაზიანებელი ეფექტის მქონე გზავნილები ოპოზიციის წინააღმდეგ მიმდინარე კამპანიებში ვლინდებოდა. ოპოზიციის წინააღმდეგ გამოიყენებოდა ღია დისკრედიტაციის, ცრუ მედიის, ცრუ მხარდაჭერისა და ცრუ დისკრედიტაციის ტაქტიკები, რაც სხვადასხვა აღქმის მქონე სოციალური მედიის მომხმარებლის დაბნევასა და მოტყუებას ისახავდა მიზნად. მუნიციპალური არჩევნების სპეციფიკიდან გამომდინარე შეიქმნა კონკრეტულ მუნიციპალიტეტებზე მიმართული ანონიმური გვერდებიც, რომლებიც მეტწილად ცრუ მედიის ტაქტიკით მოქმედებდნენ.

მმართველი პარტიისა და ხელისუფლების წინააღმდეგ მოქმედ გვერდებზე ძირითადად ღია დისკრედიტაციის კამპანია შეინიშნებოდა. გამოვლინდა ყალბი ანგარიშები, რომელთაგან ერთი ნაციონალური მოძრაობის ყალბი მხარდაჭერის გვერდის ადმინისტრატორი იყო.

საგულისხმოა, რომ ანონიმური დისკრედიტაციული კამპანიის სამიზნეები, ოპოზიციური საარჩევნო სუბიექტების პარალელურად, ხელისუფლების მიმართ კრიტიკულად განწყობილი მედია საშუალებები, მათი მენეჯერები და ცალკეული ჟურნალისტები იყვნენ. ჟურნალისტების წინააღმდეგ წარმართული ნეგატიური შინაარსის კამპანია სოციალურ მედიაში თავისი მასშტაბით, სიმძაფრითა და ნეგატიური ხასიათით უპრეცედენტო იყო წინა არჩევნებთან შედარებით. ცალკეულ შემთხვევებში მმართველი პარტიის წინააღმდეგ მოქმედ გვერდებზე ტელეკომპანია იმედისა და პოსტივის საწინააღმდეგო პოსტებიც გამოქვეყნდა.

წინასაარჩევნო პერიოდში (განსაკუთრებით – არჩევნების მეორე ტურის დროს) გამოიკვეთა ტენდენცია, როდესაც ხელისუფლებისადმი კრიტიკულად განწყობილი ტრადიციული მედიის სახელით ვრცელდებოდა გაყალბებული ციტატები. მათთვის მეტი დამაჯერებლობის მინიჭებისა და მკითხველის შეცდენის/მოტყუების მიზნით გამოყენებული იყო ტრადიციული მედიასაშუალებების ლოგოები და ვიზუალი. წინასაარჩევნო მონიტორინგის შედეგად გამოვლინდა რეგიონული მედიის სახელით მოქმედი და ამა თუ იმ პოლიტიკური ძალის მხარდამჭერი ან ოპონენტების მადისკრედიტებელი 11 ფეისბუქგვერდი.

გარდა ამისა, მუდმივი თავდასხმის სამიზნეები იყვნენ სადამკვირვებლო ორგანიზაციები, რომელთა წინააღმდეგ დისკრედიტაციის მცდელობებს კოორდინირებულად მოქმედ გვერდებზე პერმანენტული ხასიათი ჰქონდა. აღნიშნულ გვერდებზე კომენტარების ორგანიზებისთვის ყალბი ანგარიშები გამოიყენებოდა. გამოვლინდა შემთხვევა, როდესაც ცენტრალური საარჩევნო კომისიის წარმომადგენელმა ყალბი ანგარიშით მომზადებულ ცრუ ინფორმაციაზე დაყრდნობით დაადანაშაულა პლატფორმა „სამოქალაქო საარჩევნო კომისია“ დეზინფორმაციის გავრცელებაში (კომისია მოძრაობა „სირცხვილიას“ და საზოგადოებრივი ინიციატივების ასოციაციის მიერაა დაფუძნებული).

არაოფიციალურად მიმდინარე დისკრედიტაციული პოსტების ნაწილი სექსისტური და ჰომოფობიური შინაარსისაც იყო. ამგვარი გზავნილები როგორც ოპოზიციის წინააღმდეგ, ასევე მმართველი პარტიის წინააღმდეგ გამოქვეყნებულ პოსტებში შეინიშნებოდა.

### მედიის პოლარიზაცია

2021 წელს წინასაარჩევნო პერიოდში ეროვნული სამაუწყებლო მედია მკვეთრად პოლარიზებული იყო. ეს მნიშვნელოვან გამოწვევად რჩება, რადგან მოსახლეობის უმრავლესობა ინფორმაციის მიღების პირველწყაროდ სწორედ ტელევიზიას ასახელებს.

პოლიტიკური გავლენა მედიის დღის წესრიგზე ზრდის პოლარიზაციის ხარისხს და ხელს უშლის ჯანსაღ დებატებს. ამასთანავე, პოლარიზებულ გარემოში აგრესიული განწყობებისა და ფიზიკური ძალადობის სამიზნე, უფლებადამცველებისა და სამოქალაქო აქტივისტების გარდა, ჟურნალისტებიც ხდებიან. მედია, როგორც დემოკრატიული ინსტიტუტი, წლების განმავლობაში განიცდის შეტევებს როგორც ციფრულ სივრცეში, ისე მის მიღმაც. ეს კი ინსტიტუტისადმი უნდობლობას ზრდის და პრობლემების პროფესიულ წრეებში განხილვისთვის სივრცეს ავიწროებს. ამასთანავე, ქვეყანაში ხელისუფლების მხრიდან ძალადობრივი ჯგუფების მიმართ დაუსჯელობისა და სიძულვილის ნახალისების პოლიტიკამ, მედიის წარმომადგენლებზე საჯარო თავდასხმებმა კიდევ უფრო გააძლიერა ექსტრემისტული ჯგუფები და ხელი შეუწყო 5 ივლისის მოვლენებს. ამ დღეს ხელისუფლებამ არ დაიცვა შეკრებისა და გამოსატყვის თავისუფლება, ადამიანების სიცოცხლე, ჯანმრთელობა და გზა გაუხსნა ექსტრემისტ ჯგუფებს ძალადობისკენ. მიუხედავად იმისა, რომ კონტრაქტიაზე მედიის 50-ზე მეტი წარმომადგენელი დაშავდა, ორგანიზატორები და ყველა დამნაშავე ამ დრომდე პასუხისგებაში არ არიან მიცემულები. აღნიშნული კიდევ უფრო

აღრმავებს პოლარიზაციისა და საზოგადოების მტრულ ბანაკებად დაყოფას, ასევე ხელს უშლის მედიის პროფესიული საქმიანობის უსაფრთხო გარემოში განხორციელებას.

### **ცესკოს საინფორმაციო პოლიტიკა**

ცენტრალური საარჩევნო კომისიის „ინფორმაციული დაცულობის ცენტრი“ მონიტორინგს უწევდა ტელევიზიებს, ონლაინ მედიასა და ფეისბუქის გვერდებს. დაკვირვების შემდეგ 4 ანგარიში გამოქვეყნდა. მათგან პირველი ორი – მეთოდოლოგიის განმარტების გარეშე. მეთოდოლოგიის ახსნა არც ბოლო ორ ანგარიშში იყო წარმოდგენილი. ანგარიშებში პრობლემურია ტერმინთა განმარტებაც (მაგალითად, განუმარტავია, რას მოიაზრებს ცესკო დეზინფორმაციაში). დეზინფორმაციის კვლევისას აუცილებელია მისი ერთ-ერთი კომპონენტის, მიზანმიმართულობის, ანუ განზრახვის დამტკიცება. ის, თუ როგორ იკვლევდა „ინფორმაციის დაცულობის ცენტრი“ ამ კომპონენტს, ანგარიშში არსად გვხვდება.

ცესკო ორი ანგარიშის გამოქვეყნების შემდეგ, თავის განცხადებაში, ამბობდა, რომ აღრიცხავს კონკრეტული სუბიექტის (პიროვნების, პარტიის, ორგანიზაციის და ა.შ.) მიერ დეზინფორმაციის, დისკრედიტაციის, დისკრიმინაციის, სიძულვილის ენის გამოყენების ფაქტებს, თუმცა „დეზინფორმაციას“ მაინც მედიასაშუალებებს მიაწერდა. შემდგომ ანგარიშებში მითითებულია, რომ ცენტრის მიერ გამოქვეყნებული რაოდენობრივი სტატისტიკა შესაძლებელია მოიცავდეს ისეთ შემთხვევებს, როცა მედიასაშუალებებმა ესა თუ ის ინფორმაცია გაავრცელეს რესპონდენტის გაშუქების ქრილში. თუმცა, ამ შემთხვევაში მედიასაშუალება ამ რაოდენობრივ სტატისტიკაში მოხვდება არა როგორც მედია სტანდარტის დამრღვევი, არამედ როგორც საშუალება, რომლის გამოყენებითაც ამა თუ იმ სუბიექტმა მოახერხა დამაზიანებელი ინფორმაციის ტირაჟირება. ეს მიდგომა ცესკოს მხრიდან არასწორია.

აღსანიშნავია, რომ ცესკოს „ინფორმაციული დაცულობის ცენტრი“ თავდაპირველად საარჩევნო სისტემების საერთაშორისო ფონდისა (IFES) და USAID-ის მხარდაჭერით შეიქმნა. 24 სექტემბერს, USAID-მა ცენტრს აღნიშნული მხარდაჭერა შეუნწყვიტა და ცენტრმა ამერიკის მთავრობის დახმარების გარეშე განაგრძო ლპერირება.

### **ხელმომწერი ორგანიზაციები:**

- საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია
- ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (IDFI)
- გამომძიებელ ჟურნალისტთა გაერთიანება “აი, ფაქტი”
- სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება ISFED
- ომისა და მშვიდობის გაშუქების ინსტიტუტი - IWPR საქართველო
- საქართველოს რეფორმების ასოციაცია (GRASS)
- მედიის განვითარების ფონდი (MDF)
- ტოლერანტობის და მრავალფეროვნების ინსტიტუტი (TDI)