

როგორ „გვესაუბრება“ დეზინფორმაცია?!

დავით ქუტიძე¹

თანამედროვე საინფორმაციო სივრცეში ყალბი ამბებისა და შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის დიდი რაოდენობით გავრცელება წარმოშობს არაერთ გამოწვევას ინდივიდისთვის, სახელმწიფოსა და ზოგადად, ფაქტებზე დაფუძნებული დისკუსიებისთვის. ლოკალურ თუ საერთაშორისო დონეზე, ავტორიტარული რეჟიმები და მათთან აფილირებული აქტორები ეფექტიანად იყენებენ საინფორმაციო მანიპულაციებს, დემოკრატიული პროცესების ძირის გამოთხრის, უთანხმოების დათესვისა და სამიზნე საზოგადოებების შიგნიდან დესტაბილიზაციის მიზნით. დეზინფორმაციის, ინფორმაციის ჩახშობისა და პროპაგანდის სტრატეგიული გავრცელებით, ისინი ახერხებენ საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირებას, პოლიტიკური დებატების დამახინჯებასა და ინსტიტუტების მიმართ ნდობის შერყევას.²

ამ გამოწვევასთან გასამკლავებლად, სხვადასხვა მეთოდი არსებობს, როგორებიცაა: ფაქტების გადამოწმება, სანდო და პასუხისმგებლიანი მედიის გაძლიერება, მავნე საინფორმაციო ოპერაციების კვლევა და შესაბამისი პასუხების დაგეგმვა, საკანონმდებლო რეგულაციების გამკაცრება, დეზინფორმაციის წყაროების შეზღუდვა, დიპლომატიური ზომები და ა.შ.³ თუმცა, იდეალურ სიტუაციაში, მანიპულაციური ინფორმაციის ამოცნობა და მისი განეიტრალება მაინც ინდივიდუალურ დონეზე უნდა ხდებოდეს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მნიშვნელოვანია, საზოგადოების უმრავლესობას ჰქონდეს შესაბამისი განათლება და უნარები, რათა თავი დააღწიოს პროპაგანდის ბურუსს. ბუნებრივია, ამ ამოცანის შესრულება ძალიან ხანგრძლივი, რთული და ზოგიერთ სიტუაციაში, წარმოუდგენელი პროცესია, თუმცა ეს არ ნიშნავს, რომ ამ მიმართულებით, მცდელობები უნდა შეწყდეს. სწორედ მსგავს მცდელობებს წარმოადგენს არაერთი მკვლევრის ძალისხმევა - გამოავლინოს შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის ლინგვისტური თავისებურებები და ინდივიდებს, ინფორმაციის სწორად დამუშავებისთვის, უფრო მეტი პრაქტიკული „ხელსაწყო“ მიაწოდოს.

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის ენობრივი თავისებურებების გასაგებად, პირველ რიგში, უნდა ვიცოდეთ, თუ რა ტიპის ინფორმაცია ითვლება შეცდომაში შემყვანად. იგი შედგება რამდენიმე

¹ კვლევითი ინსტიტუტი Gnomon Wise; e-mail: d.kutidze@ug.edu.ge

² DE-CONSPIRATOR. FIMI - Understand Better. Via link: <https://deconspirator.eu/fimi/>

³ ქუტიძე, დ. (2023). რუსულ პროპაგანდასთან ბრძოლა - რეკომენდაციები სახელმწიფო პოლიტიკისთვის. Research Institute Gnomon Wise. ხელმისაწვდომია: <https://gnomonwise.org/ge/publications/policy-papers/103>

მნიშვნელოვანი კომპონენტისგან, კერძოდ, ესენია: მისინფორმაცია, დეზინფორმაცია, პროპაგანდა და ინფორმაციის ჩახშობა. თავის მხრივ, მისინფორმაცია ნიშნავს ისეთ სიახლეს, რომელში მოცემული ფაქტებიც დადასტურებულად მცდარია, მაგრამ მისი გავრცელება არ იყო წინასწარ განზრახული და უნებლიე შეცდომის შედეგია. რაც შეეხება დეზინფორმაციას - ამ ტერმინის განმარტება, გარკვეულწილად, არაერთგვაროვანია, თუმცა, ძირითადად, გულისხმობს ყალბი ან შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის მიზანმიმართულ გავრცელებას. პროპაგანდა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც დადასტურებულად ცრუ ან შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის განზრახ გავრცელება, რომელიც ემსახურება პოლიტიკურ ან იდეოლოგიურ დღის წესრიგს. აუდიტორიის შეცდომაში შესაყვანად, შეიძლება არასასურველი ინფორმაციის ჩახშობის გამოყენებაც, რაც გულისხმობს კონკრეტული ნარატივებისა და ფაქტების გავრცელებისთვის ხელის შეშლას, რათა მათ ყურადღება არ მიიპყრონ.⁴ ზემოაღნიშნულის გარდა, შეცდომაში შემყვანი ინფორმაცია აერთიანებს ე.წ. „კლიბებიტს,“ რომელიც შექმნილია მყვირალა სათაურების გამოყენებით აუდიტორიის ყურადღების მისაქცევად, მონეტიზაციისთვის ან კონკრეტულ საიტზე ე.წ. ტრაფიკის გაზრდისთვის. ამასთან, ზოგჯერ, შეიძლება შეცდომაში შემყვანი აღმოჩნდეს სატირაც, რომლის მიზანია არა ვინმეს მოტყუება, არამედ გართობა ან კრიტიკული მოსაზრების იუმორით გადმოცემა.

სანდო და შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას შორის სხვაობის უკეთ წარმოსაჩენად, Grant-ი და Woodfield-ი (2023)⁵ შემდეგ კლასიფიკაციას გვთავაზობენ: I ტიპის ყალბი ამბები არის უნებლიე მცდარი ამბები, როდესაც ინფორმაციის გამავრცელებლები ავრცელებენ ინფორმაციას, რომელსაც ისინი სიმართლედ თვლიან მაგრამ, სინამდვილეში, არასწორია. ამიტომ I ტიპის ყალბი ამბები კვალიფიცირდება, როგორც მისინფორმაცია, მაგრამ არა - როგორც დეზინფორმაცია. საპირისპიროდ, II ტიპის ყალბი ამბები არის განზრახ მცდარი ამბები, როდესაც ინფორმაციის გამავრცელებლები განზრახ ავრცელებენ ინფორმაციას, რომელსაც ისინი ყალბად თვლიან. ამდენად, II ტიპის ყალბი ამბები კვალიფიცირდება როგორც მისინფორმაცია, ისე დეზინფორმაცია. და ბოლოს, III ტიპის ამბავი არის სიახლე, რომელიც ზუსტია [კონკრეტული ფაქტი სწორია], მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მიზნად ისახავს შეცდომაში შეყვანას, მათ შორის, მნიშვნელოვანი დეტალების გამოტოვებით ან შერჩევითი ინფორმაციის მიწოდების გზით.

⁴ DE-CONSPIRATOR. FIMI - Understand Better. Via link: <https://deconspirator.eu/fimi/>

⁵ Grieve, J. & Woodfield, H. (2023). The Language of Fake News. *Cambridge Elements of Forensic Linguistics*. Via link: <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/7B37014A5C0768AEE806167E8ADD5897/9781009349130AR.pdf/the-language-of-fake-news.pdf>

შესაბამისად, III ტიპის ყალბი ამბები კვალიფიცირდება, როგორც დეზინფორმაცია, მაგრამ არა - როგორც მისინფორმაცია.⁶

პათოსნება/გულწრფელობა

გულწრფელი არაგულწრფელი

სიზუსტე

სწორი სიახლე (news)	რეალური ამბავი	ტიპი III შეცდომაში შემყვანი ამბავი (მაგ. გამოტოვება)	მისინფორმაცია დეზინფორმაცია ორივე
მცდარი სიახლე (news)	ტიპი I ყალბი ამბავი (მაგ. შეცდომები)	ტიპი II ყალბი ამბავი (მაგ. ტყუილები)	

წყარო: *The Language of Fake News*. გვ. 13

ზემოთ მოცემული კლასიფიკაცია აჩვენებს, რომ ცალკეული ფაქტი შესაძლოა მართალიც იყოს, მაგრამ მისი უკონტექსტოდ ან კონტექსტის დამახინჯებით გაშუქება მაინც იწვევდეს საზოგადოების შეცდომაში შეყვანას. შესაბამისად, მსგავსი ტიპის ინფორმაციაში მავნე განზრახვის ამოცნობა ყველაზე რთული გამოწვევაა.

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის საერთო ენობრივი მახასიათებლები

თემის აკადემიური კვლევების ანალიზი აჩვენებს, რომ შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის თავისებურებები, ძირითადად, ტექსტის შემდეგ კომპონენტებში უნდა ვეძებოთ, ესენია: ტექსტის ზომა და პარაგრაფების სტრუქტურა, სათაურების თავისებურებები, ლექსიკური და სემანტიკური პატერნები, გრამატიკული და სინტაქსური ნიშნები. აქვე აღსანიშნავია, რომ შეცდომაში შემყვან

⁶ Ibid. pp. 14

ინფორმაციას სხვადასხვა ენაში, შესაძლოა, განსხვავებული ნიშან-თვისებები ჰქონდეს. ამ მხრივ, ყველაზე კარგად გამოკვლეული ინგლისური ენაა. თუმცა მაინც შესაძლებელია შეცდომაში შემყვანი სიახლეების ისეთი მახასიათებლების იდენტიფიცირება, რომლებიც შეიძლება ყველა ენისთვის საერთო იყოს.

შეცდომაში შემყვანი ახალი ამბების ტექსტი, რეალურ ინფორმაციასთან შედარებით, საშუალოდ უფრო მოკლეა და ნაკლებ სიტყვას შეიცავს. მაგალითისთვის, Asubario-სა და Rubin-ის (2018) კვლევის⁷ შედეგები აჩვენებს, რომ სანდო ჟურნალისტური პროდუქტის ტექსტები, საშუალოდ, 481 სიტყვით მეტია, ვიდრე შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციისა. ამასთან, როგორც წესი, სანდო ტექსტებში მეტია პარაგრაფების რაოდენობაც. შეცდომაში შემყვანი ამბების მსგავსი სტრუქტურა ზოგადი დაკვირვებითაც შეიძლება დავინახოთ, ნაკლებად რთული, მოკლე და უფრო პირდაპირი წინადადებების საფუძველზე.⁸ მცდარი შინაარსის საერთო მოცულობის შემცირებით, მისი შემქმნელები მინიმუმამდე ამცირებენ ძალისხმევას, რომელიც დაკავშირებულია ვრცელ, დეტალურ ანალიზთან. ამავდროულად, ის ადვილად აღსაქმელი და გასაზიარებელია. ეს მიდგომა ხელს უწყობს სიახლის ვირუსულ გავრცელებას. შესაბამისად, ახალი ამბის ძალიან გამარტივებული სტრუქტურა, განსაკუთრებით სენსაციური ელემენტების წინ წამოწევა, შეიძლება პოტენციურად შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის მნიშვნელოვანი ინდიკატორი იყოს.

კიდევ ერთი საყურადღებო ინდიკატორია შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის სათაურები, რომლებიც შექმნილია მკითხველთა მანიპულაციისთვის. კვლევები⁹ აჩვენებს, რომ მსგავსი სათაურები შეიცავს უფრო მეტ სიტყვას, ვიდრე სანდო ახალი ამბების სათაურები, ასევე მათში გამოყენებულია უფრო მეტი სასვენი ნიშანი, როგორებიცაა, მაგალითად, კითხვისა და ძახილის ნიშნები, რაც მეტად უზრუნველყოფს მკითხველთა ყურადღების მიპყრობას. სათაურის ეს მახასიათებლები შემთხვევითი სტილისტური არჩევანი არ არის. ისინი პირდაპირ დაკავშირებულია „მიმზიდველი“ და „თვალისმომჭრელი“ შინაარსის შექმნის მიზანთან.

⁷ Asubario, T. V. and Rubin, V. L. (2018). Comparing Features of Fabricated and Legitimate Political News in Digital Environments (2016-2017). *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*. DOI: 10.1002/pr2.2018.14505501100

⁸ ქუტიძე, დ. რატომ უჭირთ რეალურ და გადამოწმებულ ამბებს დეზინფორმაციის განეიტრალება?! კვლევითი ინსტიტუტი Gnomon Wise. ხელმისაწვდომია: <https://gnomonwise.org/ge/publications/analytics/22>

⁹ Noëlle Lebernegg, Jakob-Moritz Eberl, Petro Tolochko & Hajo Boomgaarden (15 Feb 2024): Do You Speak Disinformation? Computational Detection of Deceptive News-Like Content Using Linguistic and Stylistic Features. *Digital Journalism*. DOI: 10.1080/21670811.2024.2305792

Asubario, T. V. and Rubin, V. L. (2018). Comparing Features of Fabricated and Legitimate Political News in Digital Environments (2016-2017). *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*. DOI: 10.1002/pr2.2018.14505501100

სათაურზე არაპროპორციული აქცენტი შეიძლება მიუთითებდეს, რომ ცრუ ინფორმაციის შემქმნელებს ესმით, რომ ბევრი მომხმარებელი მხოლოდ სათაურებს კითხულობს და იგი საკმარისად დამაჯერებელი უნდა იყოს, სიახლის მიმართ საწყისი სკეპტიციზმის დასაძლევად. ეს ლინგვისტური „ხმაური“ წარმოადგენს ემოციურ მანიპულაციას, რომელიც დაუყოვნებლივ იპყრობს ყურადღებას, კრიტიკული აზროვნების ჩართვის გარეშე. ამდენად, მნიშვნელოვანია მსგავსი სათაურების მთავარი მახასიათებლების ცოდნა და მისი რეალურ ცხოვრებაში გამოყენება.

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის თავისებურებებზე საუბრისას, მკვლევრები განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ მის ემოციურ ენას, რადგანაც, უმეტეს შემთხვევაში, მცდარი ახალი ამბავი იმ განზრახვითაა შექმნილი, რომ აუდიტორიაში ძლიერი ემოციები გამოიწვიოს, როგორებიცაა, მაგალითად, შიში, ეჭვი ან გაურკვევლობა. ის, როგორც წესი, ხასიათდება ზოგადი, მაგრამ ძლიერემოციური სიტყვების მაღალი კონცენტრაციით, განსაკუთრებით, სათაურებში. აქვე აღსანიშნავია, რომ შეცდომაში შემყვან სიახლეებში, უფრო მეტად, გავრცელებულია ნეგატიური ემოციები - ბრაზი და ზიზღი. ეს მიგნება დასტურდება დეზინფორმაციის ტრადიციული კვლევის პერსპექტივიდანაც, სადაც, როგორც წესი, დეზინფორმაციის გამავრცელებლები ყოველთვის ეძებენ მტრებს ან „განტყვების ვაცებს“, რომელთა წინააღმდეგაც საზოგადოების უმრავლესობა უნდა დაირაზმოს. „განტყვების ვაცები“, ძირითადად, სხვადასხვა ტიპის უმცირესობაა, რომლებსაც ქვეყნის ყველა პრობლემის სათავედ და „ეროვნული იდენტობისთვის“ საფრთხედ წარმოაჩენენ.¹⁰

ემოციური ენის, განსაკუთრებით, ნეგატიური ემოციების მუდმივი არსებობა შეცდომაში შემყვან ინფორმაციაში, არ არის მხოლოდ ტყუილის თანმდევი პროდუქტი, არამედ მიზანმიმართული და ეფექტური ინსტრუმენტი, მისი გაზიარებისა და ვირუსულობის გასაძლიერებლად. ამას ადასტურებს Zhou-ს, Li-სა და Lu-ს (2021) კვლევა,¹¹ რომლის შედეგებმა აჩვენა, რომ ნეგატიურ ემოციასა და დეზინფორმაციის გავრცელებას შორის კორელაცია დადებითი და მნიშვნელოვანია. გარდა ამისა, აღნიშნული კვლევის თანახმად, შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციისთვის დამახასიათებელია გაურკვევლობის/ბუნდოვნობის შემომტანი სიტყვები (ნაკლები კონკრეტიკა, ბუნდოვანი ტერმინები), რაც, თავის მხრივ, იწვევს იმას, რომ ადამიანებს უჭირთ მათი ზუსტად შეფასება და ვალიდაციის მიზნით, ხშირად აზიარებენ მათ, რითაც,

¹⁰ Wodak, R. (2015). The Politics of Fear. What Right-Wing Populist Discourses Mean.

¹¹ Zhou, C. Li, K. and Lu, Y. (2021). Linguistic characteristics and the dissemination of misinformation in social media: The moderating effect of information richness. *Information Processing & Management*, Volume 58, Issue 6. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102679>

დამატებით, ხელს უწყობენ ვირუსულ გავრცელებას. ასევე, შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის ერთ-ერთი ნიშანი შეიძლება იყოს დამარწმუნებელი სიტყვების გადამეტებულად გამოყენება და კონკრეტული სტატუსის მქონე პირების დამოწმება, აუდიტორიის დასარწმუნებლად. აქ იგულისხმება, რომ მცდარი ინფორმაციის შემქმნელები ხშირად იმოწმებენ სადავო რეპუტაციის ან, სულაც, გამოგონილ „პროფესორებს,“ „ექსპერტებს,“ „ექიმებს“ და ა.შ.

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის აუცილებლად აღსანიშნავი მახასიათებელია ჟურნალისტური ნორმების მკვეთრი დარღვევა, რაც გულისხმობს ჟარგონისა და უცენზურო ლექსიკის გამოყენებას, არაფორმალურ ტონს, გაზვიადებასა და სიძულვილის გამომხატველ ენას. დეზინფორმაციის გამავრცელებელთა მიერ არაფორმალურობისა და სუბიექტურობის გამოყენება რამდენიმე სტრატეგიულ მიზანს ემსახურება. ამ სტილს შეუძლია გვერდი აუაროს ფაქტობრივი ინფორმაციის „სიმშრალეს,“ რაც მის შინაარსს უფრო ახლობელსა და „ავთენტიკურს“ ხდის, რითაც უშუალო კავშირს ამყარებს სამიზნე აუდიტორიის მსოფლმხედველობასთან.¹² ამასთან, მსგავსი უშუალო ინფორმაცია, სიმართლის ძიებაზე მეტად, აუდიტორიაში ტომობრივი კუთვნილების გაღვივებას უწყობს ხელს და ცდილობს მის დარაზმვას გამოგონილი მტრების წინააღმდეგ. დეზინფორმაციის ყველა ზემოაღნიშნული მახასიათებელი, რომლებიც უფრო ემოციების გაღვივებას უწყობს ხელს, ვიდრე გადამოწმებული ფაქტების გავრცელებას, ბუნებრივად წარმოშობს მოცემულობას, რომლის მიხედვითაც, შეცდომაში შემყვან სიახლეებში ნაკლებად მოიძებნება ფაქტობრივად დადასტურებადი წყაროები, ასევე სანდო და აღიარებული ორგანიზაციების დამოწმებები.¹³ მცდარ ინფორმაციაში ამ ელემენტების სიმწირე მისი შეცდომაში შემყვანი ბუნების შედეგია, რადგან მოცემულობაა, რომ არ არსებობენ რეალური ფაქტები ან პირები, რომელთა დამოწმებაც შეიძლება. კონკრეტული პერსონების, ორგანიზაციების ან ადგილების დასახელების გარეშე, მკითხველის ან ფაქტების შემმოწმებლებისთვის შეუძლებელი ხდება ახალი ამბის გადამოწმება, რაც მის შინაარსს უფრო იმუნურს ხდის, ფაქტების გადამოწმების ტრადიციული მეთოდების მიმართ. ეს შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ტყუილის პასიური ფორმა, რომელიც ეყრდნობა არა აშკარა ტყუილს, არამედ ინფორმაციის ნაკლებობას.

¹² Asubario, T. V. and Rubin, V. L. (2018). Comparing Features of Fabricated and Legitimate Political News in Digital Environments (2016-2017). *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*. DOI: 10.1002/pa2.2018.14505501100

¹³ Noëlle Lebernegg, Jakob-Moritz Eberl, Petro Tolochko & Hajo Boomgaarden (15 Feb 2024): Do You Speak Disinformation? Computational Detection of Deceptive News-Like Content Using Linguistic and Stylistic Features. *Digital Journalism*. DOI: 10.1080/21670811.2024.2305792

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის თავისებურებებზე ჩატარებული კვლევების¹⁴ კიდეც ერთი საყურადღებო მიგნებაა ის, რომ ასეთი ტიპის სიახლეებში უფრო მეტად გამოყენებულია მესამე პირის ნაცვალსახელები (მაგ. ის, ისინი) და პირიქით, ნაკლებია ე.წ. საკუთარ თავზე პასუხისმგებლობის გადატანა (self-reference), რითაც მისი ავტორი სიყალბისგან ერთგვარად დისტანცირებას ცდილობს. ნაცვალსახელების გამოყენების ეს პატერნი პასუხისმგებლობის თავიდან არიდების მექანიზმია და მკითხველისთვის მნიშვნელოვნად ართულებს ჟურნალისტურ პროდუქტში მოყვანილი ფაქტებისა თუ მოსაზრებების წარმოშობის დადგენას ან ინფორმაციის გადამოწმებას, რადგან მათი წყაროები ბუნდოვანი და არაიდენტიფიცირებადი რჩება.

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის მთავარი მიზანი ადამიანის ემოციებით მანიპულირებაა. შესაბამისად, მსგავს სიახლეებში განსაკუთრებით თვალშისაცემია ე.წ. მორალური საფუძვლები [დიღემები], როგორებიცაა, მაგალითად, ზრუნვა/ზიანი, სიმართლე/ტყუილი, ერთგულება/ღალატი, სიწმინდე/გადაგვარება და ა.შ. საპირისპიროდ, მსგავს მორალურ საფუძვლებს იშვიათად იყენებს სანდო ინფორმაცია, რადგან ის უფრო მეტად ფაქტებს ეყრდნობა. მორალური დიღემების გამოყენება განსაკუთრებით შესამჩნევია პროპაგანდისტულ ტექსტებში, რომელთა მიზანი, ისევ და ისევ, ემოციებით მანიპულირებაა.¹⁵ ამასთან, ეს სტრატეგია გარკვეულწილად სცდება ემოციურ მანიპულაციას და ღრმად ფესვგადგმული ადამიანური ღირებულებებისა თუ შეხედულებების გამოყენებით, მიზნად ისახავს მიმღებში უფრო დიდი რეზონანსის გამოწვევას, რაც სიახლის შინაარსს ინტუიციურად „სწორს“ ან მნიშვნელოვანს ხდის, მაშინაც კი, თუ მისი ფაქტობრივი საფუძველი სუსტია, ან საერთოდ არ არსებობს. ამდენად, იგი წარმოადგენს დახვეწილ და დამაჯერებელ სტრატეგიას, რომელიც გვერდს უვლის წმინდა რაციონალურ მსჯელობას, ღრმად ფესვგადგმულ მორალურ ინტუიციას პირდაპირი ზეგავლენით. ამასთან, ეს მიდგომა შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას უფრო მდგრადს ხდის უარყოფის მიმართ, რადგან ის შეესაბამება ადამიანთა მორალურ იდენტობას, მსოფლმხედველობას და ხშირად მისი ფაქტებით განეიტრალება თითქმის შეუძლებელი ხდება.

¹⁴ Hauch, V. Blandón-Gitlin, I. Masip, J. and Sporer, S. L. (2014). Are Computers Effective Lie Detectors? A Meta-Analysis of Linguistic Cues to Deception. *Personality and Social Psychology Review* 2015, Vol. 19(4) 307– 342. DOI: 10.1177/1088868314556539

¹⁵ Volkova, S. Shaffer, K. Jang, J. Y. and Hodas, N. (2017). Separating Facts from Fiction: Linguistic Models to Classify Suspicious and Trusted News Posts on Twitter. *Proceedings of the 55th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Short Papers)*, pages 647-653. <https://doi.org/10.18653/v1/P17-2102>

შეცდომაში შემყვანი ინფორმაცია თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე მწვავე გამოწვევაა, რომელიც მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს როგორც ინდივიდებზე, ისე ქვეყნის დემოკრატიულ განვითარებაზე. ამ ფენომენის წინააღმდეგ ბრძოლის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტი კი შეიძლება იყოს მისი ენობრივი თავისებურებების ამოცნობა. როგორც სხვადასხვა კვლევის ანალიზი აჩვენებს, შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას ახასიათებს ტექსტური და სტილისტური ნიშნების ერთობლიობა: იგი, როგორც წესი, ხასიათდება მოკლე ტექსტებით, ემოციურად დამუხტული და სენსაციური სათაურებით, ძლიერი ნეგატიური ლექსიკით, გაურკვეველი წყაროებითა და ავტორის დისტანცირებული ტონით. გარდა ამისა, იგი ხშირად არღვევს ჟურნალისტურ ეთიკას, იყენებს დამარწმუნებელ, მაგრამ არაეთიკურ რიტორიკას და ეფუძნება მორალურ დილემებს, რაც სიცრუეს საშუალებას აძლევს, მყარად დამკვიდრდეს საზოგადოებრივ ცნობიერებაში. აღსანიშნავია, რომ მსგავსი ენობრივი სტრუქტურით შექმნილი სიახლეები, უპირველეს ყოვლისა, გამიზნულია ადამიანების ემოციებით მანიპულირებისთვის, შიშის, ბრაზისა და გაურკვევლობის გასაძლიერებლად. მოულოდნელობა არ იქნება, თუ ვიტყვით, რომ ასეთი მიდგომები ნათლად იკვეთება რუსულ პროპაგანდაში, რომელიც თანამედროვე დემოკრატიული სამყაროს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევაა. შიშის, ზიზზისა თუ ბუნდოვანობის გამოყენების გზით საზოგადოების მანიპულაციის არაერთი მცდელობა ვლინდება საქართველოს მმართველი პარტიისა და მასთან აფილირებული საინფორმაციო არხების ენაშიც. ასეთია, მაგალითად, „გლობალური ომის პარტია,“ „დიფ სთეითი,“ „უცხო ქვეყნის აგენტურა,“ „დასავლური ორგანიზაციების ბრძოლა საქართველოს სუვერენიტეტთან“ და ა.შ.

აუცილებელია იმის ხაზგასმით აღნიშვნა, რომ შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის ენა არ არის მხოლოდ სიტყვათა შემთხვევითი კომბინაცია - ის სისტემატური სტრატეგიების შედეგია, რომელიც მიზნად ისახავს კრიტიკული აზროვნების გვერდის ავლას, ემოციური გავლენის გაძლიერებასა და ინფორმაციული მანიპულაციის ეფექტიანობის ზრდას. ამდენად, მნიშვნელოვანია, მოქალაქეებმა შესაბამისი ყურადღება დაუთმონ ინფორმაციის მიღება-დამუშავების პროცესს და არ იმსჯელონ მხოლოდ მყვირალა სათაურებითა თუ ყალბად პათეტიკური ტექსტებით, რათა არ გახდნენ მსგავსი მანიპულაციის მსხვერპლნი, ან, უფრო მეტიც, უნებლიე გამავრცელებლები.