

ИНФОРМАЦИСКАТА „ДИЕТА“ ВО ЈУЖЕН КАВКАЗ: ИСТРАЖУВАЧКА СТУДИЈА ЗА КОНСУМИРАЊЕТО ИНФОРМАЦИИ И ОТПОРНОСТА НА ДЕЗИНФОРМАЦИИ

Д-р Ана Кешелашвили
Д-р Маја Микашавице

УДК: 159.955.5:[37:316.774



Апстракт

Брзото распространување на дезинформациите на интернет и нивното дистрибуирање преку платформите на социјалните медиуми им штети на демократските институции и процеси. Изобилството информации што доаѓаат од секакви извори и канали поттикнува неизвесност во општествата, особено кај помладата генерација, чијашто информациска исхрана може да биде ограничена на повремени објави на вести предложени од алгоритмите на Фејсбук, на Инстаграм или од други платформи на социјалните медиуми. Непознавањето на општествено-економските и политичките работи ги прави луѓето поподложни на влијанието на дезинформациите и, во крајна линија, тоа е штетно за развојот на земјите и на демократиите, особено во помалите, помладите, па дури и хибридните демократии како во случајот со Јужен Кавказ. Отпорноста на дезинформации е сложен концепт што може да се мери како на макро, така и на микрониво. Меѓутоа, за целите на ова истражување, ќе се фокусираме врз поединците, особено врз младите полнолетни лица, и ќе ја истражиме нивната информациска исхрана во трите земји од Јужниот Кавказ – Грузија, Ерменија и Азербејџан, за да разбереме како се користат социјалните медиуми, како се консумираат вестите за јавни прашања, но и каква е довербата во традиционалните медиуми и кои се начините за правење разлика помеѓу лажните и веродостојните вести. Истражувањето се служи со триангулација на квантитативни и квалитативни секундарни и примарни податоци од трите земји. Наодите помагаат подобро да ги разбереме навиките на младата публика и можат да помогнат во изнаоѓање подобри начини да се зајакне нивната отпорност на дезинформации.

Клучни зборови: Кавказ, медиумска консумација, употреба на социјалните медиуми, дезинформации, отпорност

1) ВОВЕД

Трите земји од Јужен Кавказ, Грузија, Ерменија и Азербејџан, се разликуваат во однос на институционалниот, законодавниот, економскиот и политичкиот контекст, но има и сличности меѓу јавноста во земјите и нејзиното консумирање информации.

Иако уставите на сите три земји ја гарантираат слободата на изразување и слободата на медиумите, прописите се разликуваат, и покрај силните политички и државни влијанија врз конвенционалните (мејнстрим) медиуми. Од сите три земји, законските регулативи поврзани со слободата на говорот и на медиумите се најрестриктивни во Азербејџан, каде што мнозинството медиуми што се независни од државниот буџет и од државното влијание или се протерани и работат од егзил, или треба да добијат лиценца за официјално да функционираат во земјата (Freedom House, 2022). Ваквите ограничувања очигледно влијаат врз пазарот на рекламирање, поради што независните медиуми мораат да се потпрат врз меѓународните донатори, и покрај релативно богатата економија на Азербејџан. Во случајот на Грузија и Ерменија, помалубројните публики и помалиот пазар на рекламирање, исто така, ги принудуваат помалите независни медиуми да зависат од финансирањето од донаторите. Поради неможноста да допрат до пошироката публика, независните медиуми немаат капацитет да се вбројат меѓу мејнстрим медиумите, па затоа во информативниот простор на овие две земји доминираат прилично политизирани и крајно спротивставени телевизиски канали. Честопати, ваквата содржина на телевизиските канали, што ја засилува поделбата помеѓу народот и што е државно управувана и политизирана, резултира со недоверба кон традиционалните медиуми и ја принудува публиката да бара алтернативни извори, на пример, на каналите на социјалните медиуми, коешто, пак, ги прави поподложни на влијанието на дезинформациите.

Ова експлоративно истражување има за цел подобро да ги разбере младите од трите кавкаски земји и да го открие нивниот интерес за вестите што се однесуваат за јавните прашања, довербата и изворите за информации, употребата и степенот на зависност од социјалните медиуми, како и свесноста за дезинформациите и начините на справување со нив.

2) ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА

Социјалните медиуми станаа главен извор на вести во многу земји низ светот. Публиката зависи од информациите што минуваат низ филтерот на социјалните медиуми, како што се Facebook и Twitter (Hermida et al., 2012), и тоа трае повеќе од една деценија. Истражувачите тврдат дека загрижува фактот дека „генерацијата на социјалните медиуми можеби не е опремена – или доволно заинтересирана – да разбере што се вести и како се разликуваат тие од другите видови информации. Она што генерацијата на нивните родители го има апсорбирано – „писменост за вести“ – недостасува во културната ДНК на нивните деца“ (Richardson, 2017, стр.5). „Дигиталните домородци“ исто така предизвикуваат загриженост кај истражувачите поради нивната зголемена доверба во дигиталните и во социјалните извори (Walker, 2019), како и поради општата претпоставка дека „бидејќи младите одлично се разбираат од социјалните медиуми, тие се еднакво упатени во содржината што ја наоѓаат таму“, но доказите го покажаа спротивното (Wineburg, McGrew, Breakstone и Ortega, 2016, стр.7).

Оние кои имаат интерес да шират манипулации, пропаганда или лажни вести умешно ги користат овие платформи (Faris et al., 2017). Бидејќи

станува збор за средина каде што корисниците првенствено бараат забава и случајно наидуваат на вести за актуелни настани (Boczkowski et al., 2018), се создава плодна почва за лесно ширење на дезинформациите (Allcott et al., 2019, Tandoc et al., 2020). Во споредба со опкружувањето каде што фокусот е врз консумирањето информации, емотивните реакции како што се коментирање и споделување се поверојатни во ова сценарио ориентирано кон забава (Metzger et al., 2021). Ова однесување создава еден круг на повратни информации каде што означувањето дека нешто ти се допаѓа, споделувањето и коментирањето ги прават информациите повидливи за нови корисници, поради алгоритмите на социјалните мрежи. Понатаму, широко распространетите дезинформации може дополнително да се размножуваат затоа што делуваат популарно, или, пак, можно е дезинформациите да бидат споделени од политичари или од познати личности со многу следбеници (Pennycook et al., 2021). Луѓето можат да шират лажни информации бидејќи таквите информации ги поддржуваат нивните лични верувања, но споделувањето неточни вести не е секогаш поврзано со верувањето во лажни информации, како што покажуваат и Van Bavel et al. (2021).

Иако платформите на социјалните медиуми направија промени за да го намалат замавот што го зедоа дезинформациите и успеаја до одреден степен (Allcott, Gentzkow и Yu, 2019), сепак, големата зависност од социјалните медиуми како извор на информации се покажа како еден од важните фактори што придонесуваат за намалување на отпорноста кон дезинформации (Humprecht, et al., 2021; 2020; Boulianne, Tenove и Buffie, 2022), без оглед на општествено-структурните фактори што исто така влијаат врз степенот на отпорност.

Хампребт (Humprecht) и сор. (2020) тврдат дека политичкото, медиумското и економското опкружување имаат улога во градењето отпорност. Во однос на политиката, авторите тврдат дека степенот на поларизација на едно општество и неговото ниво на поддршка за популизмот се клучни фактори. Во однос на медиумите, тие

тврдат дека потпирањето на општеството врз информативните медиуми, разновидноста на примарните извори на вести за секоја личност и изложеноста на јавните медиуми се од суштинско значење. Како последно но не и најмалку важно, тие го гледаат користењето на социјалните медиуми како извор на политички информации како суштински фактор што придонесува за пониската отпорност на општеството.

Поголеми се изгледите граѓаните да бидат повторени за алтернативни извори на вести што би можеле да промовираат дезинформации ако не ѝ веруваат на информативната индустрија и на проверката на факти што таа индустрија ја спроведува (Stier et al., 2020). Покрај тоа, креаторите на дезинформации редовно ги критикуваат демократските интуиции, што обично се поврзани со скептицизмот во медиумите (Hameleers et al., 2020). Стратешката употреба на дезинформативните кампањи што ги спроведуваат политичките партии и кандидатите кои сакаат да ја мобилизираат јавноста – се претвора во воспоставување алтернативни информативни мрежи што ги опструираат главните медиуми и им даваат на поддржувачите идеи коишто имаат за цел да ги задоволат нивните емоции (Bennett and Livingston, 2018).

Со оглед на наодите од прегледот на литературата, овој напис има за цел да истражи колку младите од Јужниот Кавказ се потпираат врз вестите, од една страна, и врз социјалните медиуми, од друга страна, за да ја разбереме отпорноста на грузиските, ерменските и азербејџанските општества.

3) МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Истражувањето се заснова врз комбинација од методи, со користење секундарни квантитативни податоци и секундарни и примарни квалитативни податоци за фокус-групи и интервјуа. Квантитативните податоци беа извлечени од Кавкаскиот барометар, „годишно истражување на домаќинствата за општествено-економските прашања и политичките ставови“, спроведено од Центарот за истражувачки ресурси на Кавказ (CRRC) во 2021 година во Грузија и во Ерменија.

Репрезентативното истражување на национално ниво во Ерменија е спроведено во периодот од декември 2021 до февруари 2022 година, а во Грузија е спроведено во текот на декември 2021 година и јануари 2022 година. Земањето групни, односно кластер-примероци, поделено во повеќе фази, со прелиминарна стратификација, обезбеди податоци од 1648 испитаници, со 35 % стапка на одговор во Ерменија, и од 1540 испитаници, со 23 % од стапката на одговор во Грузија. Презентираните резултати се пондерирани. Нема можност за спроведување истражување на населението на Азербејџан по 2013 година, затоа резултатите на азербејџанските публикации се засноваат само врз квалитативните интервјуа (21 испитаник).

Квалитативни интервјуа (28) за Грузија се спроведени во рамките на Internews – Проект за проценка на информативниот екосистем, финансиран од Facebook, Inc. (Internews, 2021), а осум дополнителни интервјуа се направени во април и во мај 2022 година, со испитаници кои зборуваат руски јазик и кои живеат во Грузија. Квалитативните податоци од Ерменија се собрани во текот на април и мај 2022 година, со интервјуирање на 26 испитаници.

Квантитативните и квалитативните податоци се поставени на национално ниво, фокусирајќи се врз испитаниците на возраст од 18 до 34 години; анкетираниите и интервјуираните лица се претставници од различни етнички групи, особено во случајот на Грузија, каде што најголемите малцинства се етничките Азербејџанци или Ерменци, како и помалите малцинства кои зборуваат руски јазик.

4) НАОДИ/ РЕЗУЛТАТИ

Консумација на вести и доверба во традиционалните медиуми

Младите луѓе од земјите од Јужен Кавказ споделуваат интерес за вестите за актуелните дневнополитички настани и за секакви теми, меѓу кои и за темите од областа на политиката, општествените прашања, економските прашања, конфликтите, здравството, спортот, уметноста, образованието, технологијата итн. Меѓутоа, некои од помладите испитаници изразија незаинтересираност за темите поврзани со политика, со избори или, воопшто, за учество. На пример, една 27-годишна Азербејџанка од Баку рече дека е заинтересирана за секакви вести „освен за политика“. Сличен став може да се види во интервјуто на еден 19-годишен грузиски студент: „Не ме интересира политиката [...] Не можам да променам ништо; затоа не се мачам да размислувам за тоа“. Податоците од истражувањето, исто така, покажуваат дека младите луѓе од Грузија воопшто не се заинтересирани (25 %) или едвај се заинтересирани (33 %) за политика, додека само 15 % се многу заинтересирани, а 29 % се прилично заинтересирани. Кај ерменските испитаници, приближно истиот процент (16 %) се многу заинтересирани, 36 % се прилично заинтересирани, 22 % се едвај

заинтересирани, а 26 % воопшто не се заинтересирани. И покрај малите разлики помеѓу двете земји и незаинтересираноста што ја изразија само мал дел од испитаниците, овој став сепак е загрижувачки и е во согласност со глобалната загриженост за зголеменото избегнување вести од страна на помладата публика.

Кога станува збор за изборот на изворот за вестите за актуелните настани, помладите Азербейџанци имаат тенденција да ги добиваат информациите од независни, или барем од недржавни медиуми, или од медиумски организации што работат однадвор, односно од егзил. Ретко гледаат државна телевизија за да се информираат, ниту пак се информираат од официјалните владини агенции за информирање, туку за директни вести, се информираат од социјалните мрежи, најчесто од Фејсбук, а понекогаш и на каналите на Телеграм. Иако каналите на социјалните медиуми се важен извор за младите Грузијци, како што дознавме во интервјуата, квантитативното истражување покажува дека изборот на изворот за актуелните прашања, односно за вести, е речиси еднакво распределен помеѓу телевизијата (31 %), социјалните медиуми (33 %) и извори на интернет што не се социјални медиуми (32 %). Од друга страна, телевизиската гледаност кај ерменските публики е помала (17 %), а зависноста од социјалните мрежи е поголема бидејќи повеќе од половина од анкетираниите (53 %) изјавиле дека ги користат социјалните медиуми како главен извор на вести за актуелните настани. Околу една петтина (22 %) од ерменските публики се информираат од други извори на интернет што не се социјални медиуми. Квантитативните резултати беа потврдени и за време на интервјуата со младите Ерменци. Мал процент од грузиските и од ерменските испитаници ги наведоа членовите на семејството, пријателите и колегите и весниците како главен извор на информации.

Многу од азербейџанските млади полнолетни лица интервјуирани за оваа студија изјавија дека немаат доверба во државните медиуми – телевизии или друг вид медиуми. Наместо тоа,

тие се информираат од локалните редакции на меѓународните медиуми, како што се Би-би-си и Радио Либерти, „бидејќи тие објавуваат поточни и потврдени вести, додека другите медиуми манипулираат со својата публика со залажувачки наслови бидејќи се под владина контрола“, како што објасни 29-годишен испитаник од Баку.

Освен на меѓународните медиумски ограноци, помладите испитаници споменаа и азербейџански извори на кои им веруваат. Некои од нив сè уште се сместени во Баку, други работат однадвор бидејќи биле предмет на прогон. Независноста од државната контрола, историјата на одговорно, етичко и урамнотежено покривање на настаните се важни кога станува збор за одлучување дали да им се верува на локалните извори, но младите сè уште чувствуваат одреден скептицизам, сфаќајќи дека „природата на медиумите е на приказните да им даваат рамка, облик и контекст каков што сакаат тие, затоа ги следам само за да бидам свесна за работите, но не и да им верувам“, објаснила една 34-годишна жена. Еден од интервјуираните изразил недоверба во сите медиуми, 27-годишна испитаничка од Баку изјавила дека им верува само на одредени канали на Телеграм, а 28-годишна испитаничка од еден од регионите на Азербейџан изјавила дека има доверба само во владините медиуми, кои ги шират официјалните информации.

Испитаниците од Ерменија спомнале дека им веруваат на медиумите што ги користат „затоа што даваат информации, а не мислења“, како што изјавила една 22-годишна жена од еден од регионите на Ерменија, додека, пак, друга 27-годишна испитаничка изјавила дека нејзината доверба се заснова врз професионалните и етички одлуки на одреден медиум, што е „објективен и не им служи на политичките интереси на некоја група“. Политизацијата на известувањето на главните, односно на најпопуларните медиуми очигледно негативно влијае врз целокупната доверба во ерменските медиуми, како што покажуваат резултатите од истражувањето. 53 % од младите Ерменци изразиле целосна недоверба во ерменските медиуми, 19 % се изјасниле дека

нивото на недоверба им е прилично високо, само еден процент изјавиле дека целосно им веруваат, 9 % прилично им веруваат, а 18 % се изјасниле дека немаат ниту доверба, ниту, пак, недоверба во медиумите во земјата.

Медиумската сцена во Грузија, којашто содржи крајно спротивставени и политизирани медиуми, влијае врз довербата на младите во традиционалните медиуми. Испитаниците често забележуваат дека известувањето за тековните настани на различни ТВ-каналите е политички мотивирано и е насочено кон оние кои делат исти политички гледишта како оние на медиумите, наместо кон пошироката публика која бара урамнотезени информации. Како што спомена една 29-годишна невработена жена од еден од регионите на Грузија, „Не верувам многу на ниту еден од нив. Насекаде има различни информации и не знам на ког да му верувам“. Податоците од анкетата ја одразуваат и амбивалентноста на општеството, бидејќи мнозинството, односно 63 % од анкетираниите изјавиле дека ниту им веруваат, ниту не им веруваат на грузиските медиуми. Само еден процент рекле дека целосно им веруваат, 8 % прилично им веруваат, 17 % прилично не им веруваат и 11 % целосно не им веруваат. „Многу е тешко да кажам дека верувам на кој било извор и дека целосно се потпирам на него“, рече 23-годишен студент од Тбилиси, додавајќи: „бидејќи ако обрнете внимание, ќе забележите дека сите медиуми барем еднаш, или неколкупати, имаат објавено непроверени информации“.

Без разлика дали станува збор за влијание на опозициската политичка партија или на владејачката партија врз популарните медиуми, публиките во сите три земји слично се изјаснија за тоа дека има потреба за урамнотезено новинарство засновано врз факти, наместо пристрасни толкувања на настаните. Ова ги оддалечува од доминантните извори на информации кон други, главно онлајн независни медиуми или подостапни социјални медиуми за вести. Станува потешко редовно да се информираат, што поттикнува несигурност и фрустрација и може да ги обесхра-

бри од вклучувањето во демократските процеси.

Користење на социјалните медиуми

Мнозинството од грузиските и од ерменските интернет-корисници, на прашањето „Кои се вашите три најчести активности на интернет?“ го спомнале Фејсбук, а во проценти овој одговор го дале малку повеќе млади Грузијци (79 %) од млади Ерменци (65 %). Друга често споменувана активност била употребата на инстант пораки и повици, кои често ги користат 33 % од Грузијците и 46 % од Ерменците. Третата најчеста активност, спомената од 34 % од Ерменците, е преземање/слушање/гледање музика/видео/филмови, а 42 % од Грузијците се изјасниле дека пребаруваат информации (Гугл, Википедија итн.). Сите интервјуирани во Азербејџан исто така спомнале дека користат Фејсбук.

Меѓу ерменските интернет-корисници, Facebook (90 %), Instagram (67 %) и YouTube (83 %) се најчесто користените платформи за социјални медиуми, додека од младите Грузијци 97 % користат Facebook, 57 % користат Instagram и 92 % користат YouTube. Интервјуираните Азербејџанци ги спомнале истите канали на социјалните мрежи. И покрај зачестеноста на користењето на социјалните медиуми, кога станува збор за јавно споделување информации или вести, мнозинството корисници се сметаат себеси за „пасивни примачи“ на содржини. На пример, еден 25-годишен маж од еден од регионите на Ерменија објаснил: „Активен сум во поглед на читање, но не и во поглед на објавување. Повеќе би рекол дека сум примател на вести“. Слично на тоа, 28-годишен испитаник од еден азербејџански регион рекол: „Не сум многу по споделувањето“.

Мнозинството од испитаниците споделуваат одредени содржини на своите профили, главно насочени кон своите пријатели. Некои споделуваат претежно лична содржина, други споделуваат и вести, но многу малку од интервјуираните се вклучуваат во јавни дебати, бидејќи, како што рекоа некои од азербејџанските испитаници,

немаат време за „бесмислени расправи“ и „слушање навреди, што се случува многу често на Фејсбук“. Една 20-годишна студентка од Тбилиси објаснила дека е активна на Фејсбук, но ги споделува своите мисли само кога ќе се налути многу поради некое насилство: „Активна сум на Фејсбук, но никогаш нема да влезам во расправи. Не сакам да влегувам во конфликт врз основа на поинакво мислење. Секој си има свое мислење. [Влегување во дебата и бранење на сопственото мислење] Многу ретко, кога многу се лутам поради насилство врз жена или дете“. Мал дел од помладите луѓе од Јужен Кавказ изјавиле дека се „и приматели и споделувачи“. Воздржувањето од споделување на своите мислења и од влегување во јавна дебата, од една страна, може да значи дека веројатно нема да ги споделуваат понатаму дезинформациите, но таквата автоцензура укажува и на нездрав комуникациски и информативен екосистем на платформите на социјалните медиуми. Ова може да се слушне од зборовите на една 23-годишна Ерменка: „НИКОГАШ не се вклучувам во јавни дискусии; Повеќе сакам да живеам живот без стрес“.

Слична активност може да се забележи и во групите на Фејсбук. Луѓето се приклучуваат на групите на Фејсбук врз основа на своите лични или професионални интереси или хобија, но членството во групите е мотивирано од пасивно консумирање информации, наместо споделување или учество во дебати. Мнозинството членови на групи рекоа дека коментираат на туѓи објави само кога можат да понудат совет за нечие прашање: „Коментирам само на објави во кои се бара помош и оние кои спаѓаат во мојата област на знаење“, рече 31-годишен маж од Баку.

Сепак, повеќе дискусии се водат во приватни простори. 43 % од Ерменците и 30 % од грузиските интернет-корисници ги користат апликациите за пораки за да се информираат за новостите. Тие се користат и за дискусии за вести помеѓу пријателите од страна на младите Азербејџанци. Како што рече една 18-годишна Ерменка, „Понекогаш разговарам за вести во приватни разговори со моите пријатели“, а една 28-годишна испитаничка од Грузија исто така рече: „Често

споделувам вести со моите пријатели во приватни разговори“.

Мнозинството анкетирани и интервјуирани млади возрасни во сите три земји рекле дека ги користат социјалните медиуми за да добијат информации за вести и политика. Во Грузија 61 % и во Ерменија 80 % од интернет-корисниците на возраст од 18 – 34 години ги користат социјалните медиуми како извори за вести. Младите возрасни лица од Азербејџан генерално имаат тенденција да ги следат доверливите медиуми на Фејсбук, често гледајќи преноси во живо од овие медиумски организации и проверувајќи ги нивните профили на социјалните мрежи. Ерменските корисници, исто така, генерално ги следат страниците на медиумите, но речиси ниту еден од интервјуираните не гледал преноси во живо на медиумите на Фејсбук. Грузиските корисници, од друга страна, слично како и азербејџанските корисници, ја консумираат содржината на традиционалните медиуми преку Фејсбук, наместо директно од телевизија или од нивните веб-страници. Тие се добро запознаени со медиумската сцена и ги следат страниците не само на медиумите во кои имаат доверба, туку и на оние што имаат спротивставени политички уредувачки политики. Како што објасни еден 18-годишен студент од Тбилиси, тие „објавуваат поинакви информации и исто така е интересно да се видат многу различни мислења и да се чујат различни варијации на една вест“. Слично на ова мислење, многу помлади возрасни лица во Азербејџан ги следат и државните медиумски организации. Како што објасни еден 31-годишен испитаник, „Не сум гледал телевизија со години, но ја следам страницата на некои [државни телевизиски канали] само за да ги прочитам официјалните вести“. Сепак, поголемиот дел од интервјуираните корисници на интернет се случајни консументи на вести и најчесто наидуваат на вестите додека ги разгледуваат социјалните медиуми, односно не бараат вести активно. Како што спомна една 24-годишна жена од едно грузиско село, „Не барам информации на Фејсбук, тие сами си се појавуваат во вестите“.

Проверувањето на информациите со консулти-

рање повеќе извори не е толку вообичаено меѓу азербејџанската помлада публика, со неколку исклучоци. Тие сè уште претпочитаат познати и сигурни извори за да се информираат за локалните вести „ако вестите се објавени од медиумите на кои им верувам, не треба да проверувам на друго место“, рече еден од интервјуираните. Од друга страна, во Грузија и Ерменија, каде што нема државни медиуми и рестриктивни политики, политизираното и крајно спротивставено медиумско опкружување ја тера публиката да клика низ различни канали за да добие целосна слика за актуелните настани. Како што рече една 27-годишна Ерменка, „подобро е да не му верувате на само еден извор и да ги проверувате вестите на различни канали“. 32-годишна испитаничка која работи во банка и е од еден грузиски регион рече дека обично гледа неколку извори за да добие поголема слика, нешто што таа го нарекува „аритметичка средина“.

Помладите возрасни лица од Јужен Кавказ во голема мера ги користат социјалните медиуми, меѓутоа, најчесто, социјалните медиуми се користат како пристапна точка до содржината на традиционалните медиуми, наместо како алтернативен извор на информации.

Разграничување помеѓу лажни и вистинити информации

Луѓето што се вбројуваат во категоријата помлади полнолетни лица во Кавказ се свесни за количината на дезинформации на интернет, особено на платформите на социјалните медиуми, и тоа се гледа во резултатите од истражувањето, како и во интервјуата. Мнозинството грузиски и ерменски интернет-корисници рекоа дека наишле на дезинформации за одредени теми. На пример, 88 % од Ерменците и 59 % од Грузијците забележале лажни вести за внатрешната политика на нивната земја. Ерменските корисници почесто ги споменуваа дезинформациите за војната во Нагорно-Карабах (93 %) отколку дезинформациите за внатрешната политика. Азербејџанските

интернет-корисници за време на интервјуата спомнале дека често се среќаваат со дезинформации во социјалните медиуми, а повеќето од нив, исто така, ги споменаа како пример дезинформациите поврзани со војната во Нагорно-Карабах. Грузијците најчесто се осврнаа на дезинформации поврзани со КОВИД-19 (72 %), а 70 % од корисниците на интернет споменаа дезинформации поврзани со изборите. Една 34-годишна домаќинка од едно од селата во Грузија ги навела гласините околу пандемијата на КОВИД-19 како пример за дезинформации на кои наишла на социјалните мрежи. Зборувајќи за дезинформации и гласини на Фејсбук, друга, 30-годишна грузиска домаќинка, резимира: „Насекаде има гласишта, секакви гласишта, на пример за актери или други теми, а потоа, ако внимателно заслусхате, ќе се уверите дека сите се неточни. Фејсбук е озборувач“.

Кога станува збор за техниките за проверка на информации, младите се потпираат врз разни техники, некои ги проверуваат информациите на алтернативни медиумски извори, некои ги проверуваат преку разговор со своите пријатели, роднини и колеги. Други се потпираат врз интуицијата, логиката и здравиот разум. Испитаниците во трите земји најчесто ги споменаа изворите на информации и насловите како начин за откривање лажни информации.

Анкетата спроведена со грузиски и со ерменски корисници на интернет содржеше и прашање за тоа како можат да знаат дали она што го читаат на интернет, вклучително и на социјалните медиуми, е точно и сигурно. Најголем процент од испитаниците во двете земји, 23 % во Ерменија и 32 % во Грузија, рекле дека проверуваат кој ја објавил веста за да видат дали е угледен извор на информации; 17 % од Ерменците и 29 % од Грузијците бараат други знаци што ќе им укажат дека известувањето е автентично, како што се името на авторот и изворот од каде е објавена веста; 16 % од корисниците на интернет во двете земји рекле дека прашуваат некого на кого му веруваат дали мислат дека веста е вистинска или лажна. Слично на тоа, интервјуираните во Азербејџан

потврдиле дека проверувањето кој е изворот и консултирањето покомпетентни и посигурни извори – медиуми или луѓе – се вообичаени начини за проверка на информациите. Како што рече една 27-годишна жена од Баку, таа консултира други извори, односно се консултира со „пријателите кои се повеќе заинтересирани за вестите од мене“. Еден 25-годишен испитаник, од друга страна, има прилично сложена практика на верификување: „Во мојот случај, проверувам кои медиуми ја споделиле таа вест. Ако не изгледа веродостојно, ако е веб-страница што има пракса на објавување преувеличени наслови за добивање повеќе кликови, тогаш би сметал дека информациите не се вистинити. Исто така, ако е некоја голема вест, а притоа таа не се објавува во други медиуми што ги следам, тогаш веројатно не е вистина“.

5) ДИСКУСИЈА/ ЗАКЛУЧОК

Целта на ова истражување беше да се разбере „информативната исхрана“ на младите од Јужен Кавказ, фокусирајќи се врз нивниот интерес за вести поврзани со јавните прашања, врз довербата и изворите за информации, врз употребата и степенот на зависност од социјалните медиуми, како и врз свесноста за дезинформациите и врз начините на справување со нив.

Наодите покажуваат дека има многу сличности меѓу навиките на младите во трите земји, и покрај различниот општествено-политички и медиумски контекст. Во согласност со претходното истражување (Allcott et al., 2019; Hermida et al., 2012), социјалните медиуми прилично често се користат како извори на вести и информации. Младите луѓе, исто така, имаат тенденција да бидат повеќе случајни консументи на вести

(Boczkowski et al., 2018) наместо активни бараатели на информации, а социјалните медиуми се првото место на кое бараат информации кога се случува нешто важно. Меѓутоа, социјалните медиуми најчесто се користат како пристапна точка до содржината на традиционалните медиуми наместо како алтернативен извор на информации.

Младите се добро запознаени со информативните медиуми, нивните политички идеологии и повеќе го ценат независното известување за настаните засновано врз факти отколку партиските или политизираните медиуми. Луѓето ги консумираат вестите од таквите медиуми и ги следат нивните страници на социјалните мрежи, но мнозинството не им верува ниту на државните, ниту на владините медиуми, ниту, пак, на медиумите кои ја поддржуваат опозицијата, дури и ако самите ја имаат истата политичка идеологија како медиумите. Затоа, свесноста за медиумската сцена во нивните земји може да ги доведе помладите интернет-корисници или до целосна недоверба во традиционалните медиуми, или, пак, може кај нив да развие поголем интерес за независните и попрофесионални медиуми, кои во моментот се прилично помали, онлајн медиуми и имаат послабо влијание во споредба со мејнстрим телевизиските медиуми. Се чини дека свесноста за дезинформациите и критиката за медиумите, заедно со образованието и со обуките за медиумска писменост што се ставени како приоритет, им помогнаа на помладите публики да ги развијат вештините за информативна писменост, а онлајн независните медиуми станаа попопуларни и поважни извори на вести за општествено-политички теми.

На социјалните медиуми, младите од кавкаските земји бараат информации за темите што ги интересираат на различни страници или во јавни и приватни групи, но не се вклучуваат во јавни дебати, ниту, пак јавно ги споделуваат своите мислења. Воздржувањето од споделување содржини од политичко или од социо-економско значење и од впуштање во јавни дискусии укажува на нездравото опкружување на социјални-

те медиуми кога станува збор за дебати, коишто предизвикуваат стрес наместо задоволство. Непријателските ставови на интернет ги принудуваат корисниците да станат пасивни консументи на содржини или да ја користат платформата само за забава.

Хампрехт (Humprecht) и сор. (2021) утврдиле дека да се биде пасивен корисник на социјалните медиуми го попречува понатамошното споделување на дезинформации и е израз на отпорност. Резултатите од оваа студија би можеле да сугерираат дека автоцензурата и пасивноста опишани од испитаниците може да бидат и пречка за ширењето дезинформации. Сепак, некои од интервјуираните напоменаа дека сè уште ги споделуваат своите мислења или вести за настани коишто им будат силни чувства или им предизвикуваат лутина. Емоционалната манипулација во исто време е една од главните карактеристики на лажните информации (Tandoc et al., 2020). Затоа, потребни се дополнителни истражувања за да се истражат конкретните случаи и типови на реакции и дејства што ги преземаат корисниците.

Истражувањето исто така покажа дека повеќето млади луѓе можат да се сетат на лажните информации, а многумина имаат свои стратегии за проверка на информациите, што се исто така важни фактори за зајакнување на отпорноста. Најчесто, интервјуираните го проверуваат изворот, односно дали веста доаѓа од реномиран извор, а другпат се обраќаат до луѓе кои ги сметаат за упатени во темата.

Претходните истражувачи (види, на пример, Humprecht et al., 2021) ја нагласија улогата на политичкото и информациското опкружување во една земја во зајакнувањето на отпорноста. На пример, јавноста во земјите со повисок општествен консензус е поотпорна на дезинформации, додека оние кои живеат во крајно спротивставена и радикализирана политичка и информативна средина се поранливи на дезинформации. Во случајот со земјите од Јужен Кавказ, крајните спротивставености се насекаде, но Азербејџан

се разликува од другите две земји поради своето рестриктивно авторитарско владеење. Младите луѓе кои се стремат да имаат демократска земја користат независни медиумски извори кои често работат во егзил, но дебатите за политички прашања се одвиваат само во затворени групи за онлајн разговори или на состаноци лице в лице, наместо отворено на платформите на социјалните медиуми. Од друга страна, владејачката партија и опозициските партии на Грузија и Ерменија го поделија општеството со партиски и навредливи комуникации кон нивните противници дотолку што најпопуларните телевизиски канали зазедоа цврсти политички страни и најчесто известувањето за настаните може да биде пристрасно од која било од страните.

Да резимираме, поради постоечките политички и информативни фактори во трите земји од Јужен Кавказ, недовербата во конвенционалните медиуми од страна на младите не значи помала отпорност на дезинформации – сосема спротивно, може да значи дека тие не се заинтересирани да ги слушнат едностраните информации. Таквото медиумско опкружување ги турка младите кон алтернативни извори, кои се независни и можат да обезбедат важни, вести што се засновани врз факти и што се точни. Овој наод сугерира дека моделот на отпорност би можел да стане уште посложен и да ја земе предвид различната операционализација на алтернативните извори и на доминантните медиуми, како и довербата во овие различни извори.

6) ОГРАНИЧУВАЊА И НАСОКА ЗА ИДНИ ИСТРАЖУВАЊА

Истражувањето не е без ограничувања, главно поради нецелосните квантитативни податоци за Азербејџан, што ни остави можност за триангулација на податоците од анкетата и од квалитативните интервјуа. Примерокот од испитаниците во Ерменија и Азербејџан не беше репрезентативен и може да содржи пристрасност во селекцијата, што можеби влијаело врз резултатите. Оваа истражувачка студија создаде солидна основа за понатамошни истражувања, со што би можело да се подобри процесот на собирање податоци и да се прикаже посигурна, целосна слика за информативната исхрана на целото население. Идните истражувања, исто така, би можеле да се фокусираат врз особеностите на навиките за споделување за подобро да го разберат потенцијалот на ширење на дезинформации преку квазиметоди или контролирани експериментални методи од поголеми размери, и да откријат дали воздржувањето од споделување содржини онлајн навистина значи отпорност на дезинформации, како што укажуваат Хампсхот и сор. (2021). Ова истражување ја разгледа консумацијата на информации и користењето на социјалните медиуми на младите на возраст од 18 до 34 години, бидејќи квантитативните податоци не дозволуваа понатамошна контрола на променливата вредност за возраст, меѓутоа опсегот на возраста е прилично голем и ги опфаќа и „дигиталните староседелци“ и претходната генерација, што може да ги промени конечните резултати и да не ги опише точно на-

виките на помладата публика. Затоа, би било пожелно идното истражување да се фокусира врз помладиот сегмент од општеството и да прикаже попрецизен опис на помладата генерација.

БЛАГОДАРНОСТИ

Авторите им се заблагодаруваат на истражувачките асистенти за нивниот придонес во собирањето на податоците, особено на Хејдар Исајев, за спроведување интервјуа во Азербејџан, на Кристине Канојан и на Ана Зурабјан, за нивната помош во собирањето податоци од интервјуата од Ерменија, и на Нино Апакице и на Нина Хучуа, за интервјуата направени во Грузија. Исто така, му благодариме на Одделението за истражување на Грузискиот институт за јавни работи за финансиската поддршка на истражувачкиот проект.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Allcott, H., Gentzkow, M. and Yu, C., 2019. Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2), p.2053168019848554.
2. Bennett, W.L. and Livingston, S., 2018. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), pp.122-139.
3. Boczkowski, P.J., Mitchelstein, E. and Matassi, M., 2018. "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New media & society*, 20(10), pp.3523-3539.
4. Boulianne, S., Tenove, C. and Buffie, J., 2022. Complicating the resilience model: a four-country study about misinformation. *Media and Communication*, 10(3), pp.169-182.
5. Faris, R., Roberts, H., Etling, B., Bourassa, N., Zuckerman, E. and Benkler, Y., 2017. Partisanship, propaganda, and disinformation: Online media and the 2016 US presidential election. *Berkman Klein Center Research Publication*, 6.
6. Freedom House, 2022. Freedom on the Net. Azerbaijan. Available at: <https://freedomhouse.org/country/azerbaijan/freedom-net/2022>
7. Hameleers, M. and Van der Meer, T.G., 2020. Misinformation and polarization in a high-choice media environment: How effective are political fact-checkers?. *Communication Research*, 47(2), pp.227-250.
8. Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D. and Logan, D., 2012. Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer. *Journalism studies*, 13(5-6), pp.815-824.
9. Humprecht, E., Esser, F., Aelst, P.V., Staender, A. and Morosoli, S., 2021. The sharing of disinformation in cross-national comparison: analyzing patterns of resilience. *Information, Communication & Society*, pp.1-21.
10. Humprecht, E., Esser, F. and Van Aelst, P., 2020. Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), pp.493-516.
11. Internews, 2021. Georgia: An Information Ecosystem Assessment. Available at: <https://internews.org/resource/georgia-information-ecosystem-assessment/>.
12. Metzger, M.J., Flanagin, A.J., Mena, P., Jiang, S. and Wilson, C., 2021. From dark to light: The many shades of sharing misinformation online. *Media and Communication*, 9(1), pp.134-143.
13. Richardson, N., 2017. Fake news and journalism education. *Asia Pacific Media Educator*, 27(1), pp.1-9.
14. Stier, S., Kirkizh, N., Froio, C. and Schroeder, R., 2020. Populist attitudes and selective exposure to online news: A cross-country analysis combining web tracking and surveys. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), pp.426-446.
15. Tandoc Jr, E.C., Lim, D. and Ling, R., 2020. Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. *Journalism*, 21(3), pp.381-398.

16. The Caucasus Research Resource Centers. (2021) "Caucasus Barometer Armenia". Retrieved through ODA - <http://caucasusbarometer.org> on December 10, 2022.
17. The Caucasus Research Resource Centers. (2021) "Caucasus Barometer Georgia". Retrieved through ODA - <http://caucasusbarometer.org> on December 10, 2022.
18. Van Bavel, J.J., Harris, E.A., Pärnamets, P., Rathje, S., Doell, K.C. and Tucker, J.A., 2022. " Political psychology in the digital (mis) information age: A model of news belief and sharing": Corrigendum.
19. Walker, A.S., 2019. Preparing students for the fight against false information with visual verification and open-source reporting. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), pp. 227-239.
20. Wineburg, S. and McGrew, S., 2016. Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. Stanford Digital Repository. Available at: <http://purl.stanford.edu/fv751yt5934>



АНА КЕШЕЛАШВИЛИ

Д-р Ана Кешелашвили е професор по медиуми и комуникации на Грузискиот институт за јавни работи (GIPA), поранешна новинарка, денес вклучена во медиумско образование, истражување и обука. Кешелашвили е авторка на написи и извештаи за грузиските и меѓународните медиуми и образованието. Таа била и консултант за медиуми и комуникации за BBC Media Action, UNDP Georgia, People-in-Need, N-OST и други. Исто така, била главен истражувач на Анализата на грузискиот информациски екосистем - Internews, истражувач на земјата за „Мапирање дигитални медиуми“ спроведено од Институтот отворено општество; истражувач од земјата на трансевропската студија на Европската асоцијација на тренери за новинарство (EJTA) за иднината на новинарските вредности и квалификации. Д-р Кешелашвили, исто така, ја водела проценката на потребите на грузиските медиуми во рамките на проектот на Грузискиот институт за јавни односи со Deutsche Welle, чија цел била зајакнување на управувањето со медиумските организации. Докторирала во областа на масовни комуникации на Универзитетот во Јужна Каролина, а магистратурата по комуникации ја завршила на Државниот универзитет во Луизијана.



МАЈА МИКАШАВИЦЕ

Д-р Маја Микашавице - професор за медиуми и комуникации на Грузискиот институт за јавни работи (GIPA) истовремено е и шеф на подрачната канцеларија на Internews и управува со нејзините проекти за поддршка на медиумите во Грузија. Микашавице специјализира во областа на медиуми и комуникации, а е и научник и едукатор. Таа ја основала Кавкаската школа за новинарство и медиумски менаџмент на GIPA во Тбилиси, Грузија во 2001 година и била декан до 2011 година. Пред 2000 година, Микашавице била асистент за медиуми и информации во Одделението за односи со јавноста во Амбасадата на САД во Тбилиси, каде што била вклучена во проекти за медиумски развој. Таа извршувала и експертски медиумски консултантски услуги на американската влада, Европската Унија, Советот на Европа, ОБСЕ, Freedom House и други меѓународни и локални организации. Има докторат по масовни комуникации од Универзитетот во Јужна Каролина, магистратура по јавна администрација од Грузискиот институт за јавни работи и диплома за специјалист од Државниот конзерваториум во Тбилиси.