

<https://doi.org/10.62837/2025.7.552>

AFƏT HƏBİBOVA PAŞA QIZI
afet_hebibova@mail.ru
Azərbaycan Dillər Univarsiteti, müəllim

**YENİ MEDIA SİSTEMİNDƏ DEZİNFORSASIYA –
XÜSUSİYYƏTLƏRİ, FORMASI VƏ SƏBƏBLƏRİ**
Giriş

Texnologiyanın sürətlə inkişaf etdiyi bir dövrdə yaşayırıq və bu inkişaf həyatımızın demək olar ki, bütün sahələrinə birbaşa təsir göstərir. Xüsusilə süni intellekt və yeni media vasitələrinin inkişafı informasiya istehsalını və yayılmasını köklü şəkildə dəyişib.

Dezinformasiya da bu prosedən təsirlənir və eyni prinsip üzrə işləyir. Müəyyən istifadəçilərin baxışlarına təsir etmək haqqında P. Maldini (2008) qeyd edir ki, etimad da əsas kognitiv anlayışdır və üç səviyyəyə bölünür: şəxsi səviyyə, ümumi səviyyə və institusional-siyasi səviyyə, yəni institutlara və siyasi qüvvələrə etimad (11,157). Son səviyyə, həmçinin sosial institutlara etimad adlanır, bu mövzu üçün ən önəmlidir və bir çox mənbələr bu etimadın uzunmüddətli azalma meylini göstərir.

Edelman Trust Barometer 2020 nəticələrinə görə, dünya əhalisi dörd müşahidə edilən institut – vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları, bizneslər, hökumətlər və media – ilə bağlı ciddi etimad əskikliyinə malikdir. Bu dörd kateqoriya içində etimad göstəricisi ən aşağı media və hökumətlər üçündür (6, 9). Təəccüblüdür ki, respondentlərin 61%-i “sənin kimi bir insan” kateqoriyasını ən etibarlı mənbə hesab edib, yalnız 36%-i “jurnalist” kateqoriyasını qeyd edib (6, 63). Başqa sözlə, insanlar xəbərləri yalnız sosial şəbəkələrdə tanışları vasitəsilə almağa üstünlük verirlər – bu da ekspertlər əvəzinə sırayı insanlara etibar deməkdir ki, nəticədə alternativ informasiya mənbələrinə və tez-tez dezinformasiyaya yol açır.

İki başqa qlobal fenomen də güclü psixososial komponentə malikdir: sui-qəsd nəzəriyyələrinə inam və siyasi orientasiya/polarizasiya. B.L.Keeley (1999) sui-qəsd nəzəriyyəsini “tarixi hadisələrin kiçik bir qrup şəxsin – sui-qəsdçilərin – gizli fəaliyyəti ilə izahı” kimi təqdim edir (9, 116). Allcott və Gentzkow (2017) xəbərdarlıq edir ki, sui-qəsd nəzəriyyələrinin doğruluğunu təsdiqləmək çətindir və onlar adətən özlərini doğru hesab edən insanlar tərəfindən yayılır (1, 214).

Ən geniş yayılmış sui-qəsd nəzəriyyələrinə misal olaraq, peyvəndlərin autizmə səbəb olduğu inancı (bunun nəticəsində “anti-peyvənd” hərəkatı yaranıb), qlobal istiləşmənin saxtalaşdırıldığı və təyyarələrin bilinçli olaraq insanlara zərər verən kimyəvi izlər buraxdığı (“chemtrails”) nəzəriyyələri daxildir.

Bu kontekstdə, qlobalizasiyanın uzunmüddətli və mürəkkəb prosesini qeyd etmək lazımdır. Maldini (2008) qlobalizasiyanı sosial strukturların, nümunələrin, dəyərlərin və normaların digər sosial sahələrə yayılması kimi təsvir edir (2008: 220).

XXI əsrdə bu, həmçinin informasiya və kommunikasiya vasitələrinin qloballaşmasını əhatə edir (7,136). İnternet bunun mərkəzində dayanır və dezinformasiyanın yayılmasının katalizatoruna çevrilib.

“Post-Truth” (yəni “post-fakt”) termini yeni olmasa da, modern mənada ilk dəfə Ralph Keyes tərəfindən 2004-cü ildə istifadə olunub. J.Rose (2017) müasir dünyanı “post-truth siyasət dövrü” adlandırır – burada ictimai münasibətlər həqiqətdən daha vacibdir və hər kəsin öz “faktları” vardır (15, 556). S. Maret isə bunları “post-faktlar” adlandırır (13,243).

Yeni Media Sistemində Dezinformasiyanın Səbəbləri.

XXI əsrdə informasiya cəmiyyətinə keçid medianın funksiyalarını və quruluşunu köklü şəkildə dəyişdi. Rəqəmsallaşma və internetin sürətli inkişafı informasiyanın istehsalını və paylaşımını asanlaşdırdı. Əvvəllər informasiya mərkəzləşdirilmiş şəkildə – qəzetlər, televiziya və radio vasitəsilə nəzarət altında yayılırdı. İndi isə hər bir istifadəçi potensial jurnalistə çevrilib.

Yeni medianın xüsusiyyətləri (rəqəmsallıq, interaktivlik, hipermətniyyət, şəbəkələşmə, mobillik və media konvergensiyası) dezinformasiyanın çox sürətlə yayılmasına səbəb olur:

Rəqəmsallıq – informasiyanın hazırlanması və paylaşılması üçün xüsusi resurs tələb etmir.

Interaktivlik – istifadəçilər istənilən vaxt paylaşa, şərh edə, yayım edə bilirlər.

Hipermətniyyət – yanlış məlumatlar link və sitatlarla özünü “legitim” göstərir.

Şəbəkələşmə – məlumat qısa zamanda qlobal şəbəkəyə yayılır.

Mobillik – smartfonlar dezinformasiyanın yayılma sürətini qat-qat artırır.

Media konvergensiyası – eyni kontent bir anda sosial media, bloqlar, onlayn qəzetlərdə yayıla bilər.

Cambridge Analytica hadisəsi göstərdi ki, texnologiya yalnız informasiyanı paylaşmaq üçün deyil, həm də ictimai rəyi manipulyasiya etmək üçün istifadə olunur. “Big Data” və “microtargeting” texnologiyaları insanların davranışlarını, siyasi seçimlərini və istehlak vərdişlərini yönləndirməkdə güclü silaha çevrilib.

1. Sosial Şəbəkələrin Rolu və Alqoritmlərin Təhlükəsi

Facebook – 2.7 milyard istifadəçi

YouTube və WhatsApp – hər biri 2 milyarddan çox istifadəçi

Instagram – 1.158 milyard istifadəçi

TikTok – 700 milyona yaxın istifadəçi

Twitter (X) – 353 milyon istifadəçi

Bir sıra araşdırmalar göstərir ki, insanların 55%-i xəbərləri artıq redaksiya yox, alqritm seçimi əsasında əldə edir. Burada ən böyük problem odur ki:

Alqritmlər obyektiv deyil – onlar yalnız “engagement” (klik, like, paylaşım) əsasında işləyir.

Echo chambers – insanlar yalnız öz baxışlarını təsdiqləyən məlumat görür.

Filter bubbles – əks fikirlərdən təcrid olunma baş verir.

Virallaşma effekti – emosional və sensasiyalı yalan xəbərlər faktlardan daha sürətli yayılır.

BuzzFeed və Ipsos-un araşdırmasına (2016) görə, yalan xəbərlər 8.7 milyon paylaşım alıb, halbuki eyni dövrdə doğru xəbərlər yalnız 7.3 milyon paylaşım qazanıb. Bu fakt dezinformasiyanın “emosiya gücü” sayəsində daha çox insanı cəlb etdiyini sübut edir.

1. Dezinformasiyanın Yayıldığı Böhran Nümunələri

COVID-19 pandemiyası – ÜST “infodemic” və “disinfodemic” anlayışlarını təqdim etdi. İnsanlar maska istifadəsi, vaksinlər, virusun süni yaradılması barədə saysız-hoqqabaz nəzəriyyələrlə qarşılaşdılar. Bu, həm səhiyyə sisteminə güvəni azaltdı, həm də pandemiyanın idarə olunmasını çətinləşdirdi.

Avropa miqrasiya böhranı – sosial mediada yayılan yanlış xəbərlər miqrantların sayını şişirtti, onların “təhlükə mənbəyi” olduğu barədə miflər yaratdı. Bu, cəmiyyətlərdə yad düşmənçiliyini (xenofobiya) gücləndirdi.

Seçkilər və siyasi manipulyasiyalar – ABŞ 2016 seçkiləri, Brexit referendumunda dezinformasiya kütləvi şəkildə istifadə olunmuşdu. Troll fabrikləri, bot hesabları, saxta xəbərlər seçici davranışına təsir etdi.

Müharibələr və beynəlxalq böhranlar – Rusiya-Ukrayna müharibəsi zamanı həm Rusiya, həm də Qərb mediası “informasiya müharibəsi” apararaq ictimai rəyi öz xeyrinə formalaşdırmağa çalışdı.

2. Dezinformasiyanın Yaranmasının Əlavə Səbəbləri

1. İqtisadi səbəblər: Klik və reklam gəliri üçün saxta xəbərlər istehsal olunur.
2. Siyasi məqsədlər: Dezinformasiya seçkilərdə, münaqişələrdə ictimai rəyə təsir aləti kimi istifadə olunur.
3. Texnoloji vasitələr: Deepfake videolar, süni intellektlə yaradılmış saxta şəkillər, bot şəbəkələri.
4. Media savadlılığının azlığı: İnsanların çoxu mənbəni yoxlamadan məlumat paylaşır.
5. Psixoloji faktorlar: İnsanlar inanmaq istədikləri xəbərlərə daha asan inanır (confirmation bias).
6. Senzuranın mövcudluğu: Bəzi ölkələrdə dövlətin rəsmi media üzərində monopoliyası insanları alternativ – çox vaxt etibarsız – mənbələrə yönəldir.

3. Dezinformasiyanın Təsirləri.

Cəmiyyətin qütbləşməsi: İnsanlar yalnız öz fikirlərini təsdiqləyən məlumatlarla qarşılaşır.

Demokratiyaya zərbə: Yanlış məlumat seçici davranışına və demokratik qərarlara təsir edir.

Sağlamlıq riskləri: Pandemiya və tibbi məsələlərdə yalan xəbərlər həyat itkisinə səbəb ola bilər.

İctimai etimadın sarsılması: İnsanlar mediaya, dövlət qurumlarına və elmi mənbələrə güvənini itirir.

Milli təhlükəsizlik riski: Dezinformasiya xarici güclər tərəfindən “yumşaq silah” kimi istifadə olunur.

4.Saxta xəbərlərlə mübarizə yolları:

1.Media savadlılığının artırılması – məktəblərdə və universitetlərdə “media literacy” dərslərinin keçirilməsi.

2.Müstəqil fact-checking platformaları – “Snopes”, “FactCheck.org”, “StopFake” kimi beynəlxalq təcrübənin tətbiqi.

3.Sosial media şirkətlərinin məsuliyyəti – yanlış məlumatı etiketləmək, paylaşım sürətini məhdudlaşdırmaq.

4.Qanunvericilik və dövlət siyasəti – saxta xəbər istehsalçılarına qarşı hüquqi mexanizmlər.

5.Süni intellekt alətləri – dezinformasiyanı avtomatik aşkar edən texnologiyaların inkişafı.

6.Peşəkar jurnalistikanın dəstəklənməsi – ictimai etibarın artırılması üçün etik standartların gücləndirilməsi.

7.Cəmiyyətin şüurlandırılması – kampaniyalar, ictimai layihələr, maarifləndirici proqramlar.

Sürətli texnologiya inkişafı və yeni rəqəmsal medianın ortaya çıxması dezinformasiyanın istehsalı və yayılmasının səbəblərindən biridir. Cambridge Analytica hadisəsi isə böyük verilənlər və mikrotəqdim texnologiyasının mənfəti tərəfini göstərdi. Bu alətlər yanlış və təsdiqlənməmiş məlumatların yayılmasında sui-istifadə oluna bilər.

Yeni medianın xüsusiyyətləri – rəqəmsallıq, interaktivlik, hipermətniyyət, şəbəkələşmə, virtuallıq, multimedia, mobillik və media konvergensiyası – informasiya və dezinformasiyanın sürətli yayılmasına təsir göstərir. Ən vacib isə kommunikasiya paradigmasının dəyişməsidir: əvvəlki bir tərəfli kommunikasiya əvəzinə, indi istifadəçilər “prosumer” – həm istehlakçı, həm istehsalçı – rolundadırlar. Nəticədə mənbə adətən nəzarətsiz və təsdiqlənməmiş olur.

Sosial şəbəkə istifadəçilərinin artımı da dezinformasiyanı gücləndirir. Statista 2020 məlumatına görə, Facebook 2.7 milyarddan çox istifadəçiyə malikdir, YouTube və WhatsApp isə 2 milyarddan çox, Instagram 1.158 milyard, Snapchat 433 milyon, Pinterest 416 milyon, Twitter 353 milyon istifadəçiyə malikdir. Yeni platformalar, məsələn, TikTok isə təxminən 700 milyon istifadəçiyə çatıb.

Reuters Institute Digital News Report 2019 göstərir ki, vətəndaşların 55%-i xəbərləri əsasən axtarış motorları, sosial media və xəbər toplama platformalarından əldə edir, burada xəbərlər redaktorlar deyil, alqoritmlər tərəfindən seçilir (14,13).

Sosial media algoritmləri istifadəçiləri “echo chambers” və “filter bubbles” ilə məhdudlaşdırır – burada insan yalnız öz mövqeyinə uyğun məlumat alır və əks fikirlər minimuma endirilir (Tomljenović, 2018: 9; Domingo, 2008: 687).

Dezinformasiyanın yayılmasına sosial şəbəkələrdə virus kimi yayılan xəbərlər və şayiələr də təsir göstərir (10, 525). Ipsos Public Affairs və BuzzFeed News 2016-cı il sorğusuna görə, 20 ən böyük yanlış xəbər 8.7 milyon paylaşım alıb, 20 ən vacib doğru xəbər isə 7.3 milyon, yəni yanlış məlumat daha sürətli yayılır.

COVID-19 pandemiyası bu mövzuda ən bariz nümunədir. WHO “infodemic” termini ilə xəstəliyə dair məlumatların bolluğunu izah edib. “Disinfodemic” isə dezinformasiyaların və sui-qəsd nəzəriyyələrinin yayılmasını göstərir (World Health Organization, 2020). Eyni problem Avropa miqrasiya böhranında da müşahidə olunur.

Dezinformasiyanı Tanımaq və Qarşısını Alma Yolları

Tanıma:

2017-ci ildə IFLA “How to Spot Fake News” infoqrafikasını təqdim edib: mənbəni yoxla, başlıqdan kənara bax, müəllifi yoxla, dəstək mənbələri tap, tarixi yoxla, zarafat ola biləcəyini nəzərə al, şəxsi tərəfkeşliyi yoxla, ekspertlərlə məsləhətləş.

2018-ci ildə Xorvatiya Media Mədəniyyəti Assosiasiyası 10 addımlıq təlimat əlavə edib: domen və sayt tərtibatını yoxla, impressumu yoxla, şübhəli sitat və şəkilləri yoxla, paylaşmadan əvvəl düşün (6, 37).

Qarşısını alma:

1. Alqoritmlər: Dezinformasiyanı aşkarlayan, bloklayan və silən dəqiq kompüter alqoritmləri. AI hələ kifayət qədər inkişaf etməyib; Facebook 2020-ci ilin mart-iyun ayları arasında 7 milyon COVID-19 ilə bağlı dezinformasiyanı silib (Washington Post, 2020) [17]. İnsan moderatorları ilə birləşdirilir.

2. Fact-checker-lər: ABŞ-da yüz il öncə qeyd olunub, 2010-cu illərdə isə geniş yayılıb. 2020 Duke Reporters’ Lab-a görə 84 ölkədə 300-dən çox fact-checker mövcuddur. Azərbaycanda və Xorvatiyada isə məhduddur.

3. Jurnalistik əxlaq: Jurnalistlər “gatekeeper” rolunu itirib, “copy & paste journalism” yayılıb [12,129]

4. Media savadı və tənqidi düşüncə: Patricia Aufderheide (1993) media savadını “vətəndaşın məlumatı əldə etmə, analiz etmə və istehsal etmə qabiliyyəti” kimi təqdim edir. Xorvatiyada vəziyyət hələ pisdır; media savadı proqramları mövcuddur, lakin məktəb təhsilinin bütün səviyyələrinə inteqrasiya olunmalıdır.

Nəticə:

Araşdırmalarımız göstərir ki, dezinformasiya tarixi baxımdan qədim köklərə malik olsa da, yeni media sistemi və post-həqiqət dövründə tamamilə fərqli miqyas və intensivlik qazanaraq qlobal təhlükəyə çevrilmişdir. Əvvəlcə fenomenin tarixi və klassik xüsusiyyətləri nəzərdən keçirilmiş, daha sonra sosial şəbəkələrin virallaşma

mexanizmi, alqoritmik seçimlər və “echo chamber” təsiri kimi yeni medianın spesifik elementlərinin problemin dərinləşməsinə necə xidmət etdiyi izah olunmuşdur.

Praktik nümunələr əsasında dezinformasiyanın fəsadları da aydınlaşdırılmışdır: COVID-19 pandemiyası zamanı səhiyyə sistemlərinə inamın zəifləməsi və insan tələfatı, Rusiya-Ukrayna müharibəsində informasiya cəbhəsinin formalaşması və Avropa miqrasiya böhranında populist siyasətlərin güclənməsi. Bu hadisələr göstərir ki, dezinformasiya yalnız lokal böhran deyil, qlobal təhlükəsizlik, ictimai sabitlik və demokratiya üçün strateji təhdiddir.

Məqalədə həmçinin mübarizə tədbirlərinə də diqqət ayrılmışdır: yeni qanunvericilik mexanizmləri, alqoritmik nəzarət, fact-checking təşəbbüsləri, jurnalist etikasını, media savadlılığı və tənqidi düşüncə. Avropa Komissiyasının mövqeyi əsasında vurğulanmışdır ki, bu proses yalnız dövlətlərin və sosial platformaların deyil, həm də media qurumlarının və fərdi istifadəçilərin birgə və koordinasiyalı səylərini tələb edir.

Eyni zamanda, hüquqi və texnoloji tədbirlərin tətbiqində insan hüquqları, ifadə azadlığı və informasiya əldə etmək hüququnun qorunmasının zəruriliyi ön plana çəkilmişdir. Buradan belə nəticə çıxır ki, dezinformasiyaya qarşı mübarizə yalnız texnoloji və inzibati alətlərə deyil, həm də təhsil, etik jurnalistika və ictimai məsuliyyət kimi fundamental sahələrə söykənməlidir.

Beləliklə, aparılan təhlil göstərir ki, dezinformasiya müasir dövrdə həm informasiya böhranı, həm də qlobal miqyaslı strateji təhlükədir və ona qarşı effektiv mübarizə yalnız balanslı, kompleks və çoxtərəfli yanaşma ilə mümkündür.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Sosial media və 2016-cı il seçkilərində saxta xəbərlər. *İqtisadi Perspektivlər Jurnalı (Journal of Economic Perspectives)*, 31(2), 211–236. Doi:10.1257/jep.31.2.211
2. Aufderheide, P. (1993). *Media savadlılığı: Milli Liderlik Konfransının hesabatı*. Vaşinqton: Aspen İnstitutu.
3. Biloš, A. (2019). Elmi araşdırmalarda saxta xəbərlərə fokus: ilkin meta-təhlil. *İnterdisiplinar İdarəetmə Tədqiqatları (Interdisciplinary Management Research)*, 15, 1139–1150.
4. Ciboci, L. Və başqaları. (2018). *Ailə və yeni medianın çağırışları (üçüncü əlavəli nəşr)*. Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu.
5. Domingo, D. (2008). Onlayn xəbər otaqlarında interaktivlik: narahat miflərlə mübarizə. *Kompüterlə Vasitələnən Kommunikasiya Jurnalı (Journal of Computer-Mediated Communication)*, 13(3), 680–704. Doi:10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x

6. Edelman (2020). Edelman Trust Barometer 2020, 19 Yanvar.
7. Gavranović, A. (2011). Etika və qazanc arasında biznes jurnalistikası. Zagreb: Dnevnik d.o.o.
8. Harsin, J. (2015). Post-truth, post-siyasət və diqqət iqtisadiyyatı rejimləri. *Kommunikasiya, Mədəniyyət və Tənqid (Communication, Culture and Critique)*, 8(2), 327–333. Doi:10.1111/cccr.12097
9. Keeley, B. L. (1999). Konspirasiya nəzəriyyələri haqqında. *Fəlsəfə Jurnalı (Journal of Philosophy)*, 96(3), 109–126. Doi:10.2139/ssrn.1084585
10. Kucharski, A. (2016). Post-truth: saxta xəbərlərin epidemiologiyasını öyrənmək. *Nature*, 540(7634), 525. Doi:10.1038/540525a
11. Maldini, P. (2008). Demokratiya və demokratikləşmə. Dubrovnik: Dubrovnik Universiteti (Sveučilište u Dubrovniku).
12. Malović, S. (2014). Kütləvi kommunikasiya, 40–132. İçində: Malović, S. (red.), *Kütləvi kommunikasiya*. Zagreb: Golden Marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever.
13. Maret, S. (2018). İctimaiyyət və onun problemləri: “Saxta xəbərlər” və zehinlərin mübarizəsi, 234–266. İçində: Huff, M. & Roth, A. L. (red.), *Censored 2019: Saxta xəbərlərə qarşı mübarizə*. Nyu-York: Seven Stories Press.
14. Newman, N. Və başqaları. (2019). Reuters İnstitutu Rəqəmsal Xəbərlər Hesabatı 2019. Oksford Universiteti: Reuters Institute for the Study of Journalism.
15. Rose, J. (2017). Brexit, Tramp və post-truth siyasəti. *İctimai Dürüstlük (Public Integrity)*, 19(6), s.555–558. Doi:10.1080/10999922.2017.1285540

İnternet mənbələri

16. Avropa Komissiyası (European Commission) (2020). Onlayn dezinformasiyaya qarşı mübarizə. Son yeniləmə: 7 İyul. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation> (giriş: 25 Sentyabr 2020).
17. Washington Post (2020). “Tramp saxta xəbər terminini mən icad etmişəm deyir – əslində onu populyar edənlə müsahibə”. <https://www.washingtonian.com/2019/10/02/trump-claims-he-invented-the-term-fake-news-an-interview-with-the-guy-who-actually-helped-popularize-it/> (giriş: 28 Sentyabr 2020).

Yeni Media Sistemində Dezinformasiya – Xüsusiyyətləri, Forması və Səbəbləri

Xülasə

Bu məqalə yeni media sistemində dezinformasiyanın və onun global təhlükəyə çevrilməsinin tarixi köklərini təhlil edir. Post-həqiqət dövründə sosial media, alqoritmlər və virus mexanizmləri yalan məlumatların dövriyyəsinə sürətləndirir. COVID-19 pandemiyası, Brexit, Rusiya və Ukrayna arasındakı müharibə və

Avropadakı miqrasiya böhranı dezinformasiyanın nəticələrini açıq şəkildə nümayiş etdirdi. Problemin həlli üçün qanunvericilik tədbirləri, faktların yoxlanılması platformalarının inkişafı, media savadlılığı və beynəlxalq əməkdaşlıq tələb olunur. Bununla belə, söz azadlığının və insan hüquqlarının qorunmasını təmin etmək də vacibdir.

Açar sözlər: dezinformasiya, media, xəbərlər, internet, araşdırma

Дезинформация в системе новых медиа – ее характеристики, формы и причины

Резюме

В статье анализируются исторические корни дезинформации и её превращение в глобальную угрозу в условиях новой медиасистемы. В эпоху постправды социальные сети, алгоритмы и механизмы вирусного распространения ускоряют оборот ложной информации. Пандемия COVID-19, Brexit, война России и Украины, а также миграционный кризис в Европе наглядно продемонстрировали последствия дезинформации. Решение проблемы требует законодательных мер, развития платформ по проверке фактов, медиаграмотности и международного сотрудничества. Однако при этом необходимо обеспечить защиту свободы слова и прав человека.

Ключевые слова: дезинформация, медиа, новости, интернет, расследование

Disinformation in the New Media System – Its Characteristics, Form and Causes

Abstract

The article examines the historical roots of disinformation and its transformation into a global threat within the new media system. In the post-truth era, social networks, algorithms, and viral dynamics accelerate the spread of false information. The COVID-19 pandemic, Brexit, the Russia-Ukraine war, and the European migration crisis have clearly demonstrated the consequences of disinformation. Addressing this challenge requires legislation, fact-checking platforms, media literacy, and international cooperation. However, safeguarding freedom of expression and human rights remains a crucial condition in this process.

Keywords: disinformation, media, news, internet, searching.

Rəyçi: Fil.f.d. dosent. Aynur Quliyeva