მედიანიგნიერების გზამკვლევი

როგორ ვებრძოლოთ მანიპულაციას და ყალბ ინფორმაციას

DW Akademie

USAID | GEORGIA
FROM THE AMERICAN PEOPLE

EAST·WEST MANAGEMENT INSTITUTE

საქმეშალაქო საზოგადოების განვითარებისა
და მოქალაქეების ჩართულობის პროექტი
ADVANCING CSO CAPACITIES AND ENGAGING SOCIETY
FOR SUSTAINABILITY (ACCESS)

MDF
მედიის განვითარების ფონდი
MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION

მედიანიგნიერების გზამკვლევი

როგორ ვებრძოლოთ მანიპულაციას და ყალბ ინფორმაციას

DW Akademie

USAID FROM THE AMERICAN PEOPLE | GEORGIA

EAST-WEST MANAGEMENT INSTITUTE

საბიბლიოთეკო საზოგადოების განვითარებისა და მოქალაქეების ჩართულობის გაძლიერებისთვის
ADVANCING CSO CAPACITIES AND ENGAGING SOCIETY FOR SUSTAINABILITY (ACCESS)

MDF
მედიის განვითარების ფონდი
MEDIA DEVELOPMENT FOUNDATION

გამოცემაზე მუშაობდნენ:

სოფო გელავა, დალი ქურდაძე, ლიზა გორდაძე, ქეთი გიგაშვილი

რედაქტორი:

თამარ კინწურაშვილი

აღნიშნული გზამკვლევი მედიის განვითარების ფონდმა დოიჩე ველე აკადემიისა (DWA) და აღმოსავლეთ-დასავლეთის მართვის ინსტიტუტის (EWMI) ACCESS-ის პროექტის ფარგლებში გამოსცა. გამოცემის მომზადება შესაძლებელი გახდა გერმანელი და ამერიკელი ხალხის მხარდაჭერის შედეგად გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების (ფედერალური) სამინისტრო BMZ-ის და ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) დაფინანსებით. გამოცემის შინაარსზე პასუხისმგებელია მედიის განვითარების ფონდი. ის შესაძლოა, არ გამოხატავდეს გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების (ფედერალური) სამინისტრო BMZ-ის, დოიჩე ველე აკადემიის, USAID-ის, ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობის ან/და EWMI-ს შეხედულებებს.

შესავალი

თანამედროვე ტექნოლოგიებმა ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობა და ინფორმაციის გავრცელების შესაძლებლობები მნიშვნელოვნად გააფართოვა, რამაც უფრო პლურალისტური გახადა მედია. თუმცა, სოციალური მედიის შესაძლებლობების გამოყენება ხშირად დეზინფორმაციისა და პროპაგანდის მიზნით ხდება, რასაც შეცდომაში შეჰყავს მედიის მომხმარებელი.

წინამდებარე გზამკვლევი მედიის განვითარების ფონდმა მედიაწიგნიერების პროგრამის ფარგლებში მოამზადა. გამოცემის მიზანია, დაეხმაროს მედიის მომხმარებლებს აღიჭურვონ უნარებით, რაც მათ ყალბი ინფორმაციის გადამოწმებაში და დეზინფორმაციასთან გამკლავებაში დაეხმარება.

გზამკვლევი 10 საკითხს მოიცავს და შემდეგ თემებს ფარავს: სოციალური მედია და ყალბი ინფორმაციის გავრცელების გამოწვევები; მანიპულაციები და ყალბი ინფორმაცია სოციალურ ქსელებში, ტელევიზიასა და ბეჭდურ მედიაში; ვების გადამოწმების, საარქივო მასალების მოძიების, პიროვნების იდენტიფიცირების, ფოტოს, ვიდეოს, youtube-ის ვიდეოების გადამოწმებისა და ტროლების იდენტიფიცირების პრაქტიკული ხერხები და გზები.

იმედს გამოვთქვამთ, რომ აღნიშნული გზამკვლევი დაეხმარება ასევე აკადემიურ წრეებს, განსაკუთრებით ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციის მიმართულებით, ინფორმაციის გადამოწმებისა და პროპაგანდასთან ბრძოლის პრაქტიკული უნარების სწავლების თვალსაზრისით.

სარჩევი

1 სოციალური მედია და ყალბი ინფორმაციის გავრცელების გამოწვევები 5

2 მანიპულაციები და ყალბი ინფორმაცია სოციალურ ქსელებში 8

3 მანიპულაციები ტელევიზიაში 9

4 მანიპულაციები და ყალბი ინფორმაცია ბეჭდურ მედიაში 10

5 როგორ შევამოწმოთ ვებ-გვერდის სანდოობა? 11

6 როგორ მოვიძიოთ დაარქივებული გვერდები და საარქივო მასალები? 12

7 როგორ მოვახდინოთ პიროვნების იდენტიფიცირება? 13

8 როგორ გადავამოწმოთ ფოტო? 17

9 როგორ გადავამოწმოთ ვიდეო? 26

10 Youtube-ის ვიდეოს პოვნისა და გადამოწმების 5 გზა 36

11 ტროლები 39

სოციალური მედია და ყალბი ინფორმაციის გავრცელების გამოწვევები

როგორ შეცვალა სოციალურმა მედიამ ინფორმაციის გავრცელება?

სოციალური მედია ახალი ამბებისა და ინფორმაციის მიღების ალტერნატიულ გზას გვთავაზობს. სოციალური მედიის გაჩენამდე ყველას არ ჰქონდა ინფორმაციის წყაროებზე პირდაპირი წვდომა. საზოგადოებისთვის ინფორმაციის შერჩევას და მის საინფორმაციო ღირებულებას, პროფესიული კრიტერიუმების საფუძველზე, ადრე თავად საინფორმაციო საშუალება განსაზღვრავდა, რომელიც ინფორმაციის „მცველი“ იყო. დღეს ინტერნეტი ყველა მოქალაქეს აძლევს შესაძლებლობას, თავად იპოვოს ინფორმაცია და გამოაქვეყნოს ის. ინფორმაციის გავრცელებაზე კონტროლი შეიცვალა.

სოციალურმა მედიამ მნიშვნელოვნად დააჩქარა ინფორმაციის მოძრაობის ციკლი, რადგან ნებისმიერ ადამიანს დროში შეზღუდვის გარეშე შეუძლია სწრაფად გაავრცელოს როგორც ფაქტები, ასევე ჭორები და ტყუილი ნებისმიერ საკითხზე.

რა უნდა იცოდეს მომხმარებელმა, როდესაც სოციალურ მედიას ინფორმაციის წყაროდ იყენებს?

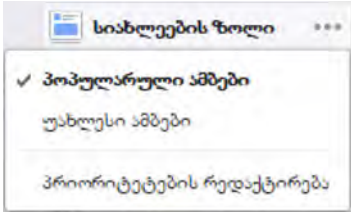
სოციალურმა მედიამ ინფორმაციის გავრცელების და დღის წესრიგის განსაზღვრის დინამიკა შეცვალა. ის ინფორმაციის ახალ წყაროებს, ახალ პერსპექტივებს ხდის ხელმისაწვდომს და საკითხთა ფართო სპექტრს გვთავაზობს. თუმცა, სოციალურ მედიაში ხშირად ფაქტები ნახევარ სიმართლესთან ან ტყუილებთან არის აღრეული, რაც ბუნდოვანებას და სპეკულაციის საფუძველს ქმნის. ჭორები და კონსპირაციის თეორიები შიშის დათესვას უწყობს ხელს და სოციალურ მედიაში ადვილად ვრცელდება. სათანადოდ გადამოწმების გარეშე ინფორმაციის გაზიარებით მომხმარებელი ხელს უწყობს ჭორების, ნახევრად სიმართლისა და ტყუილის მზარდ გავრცელებას. თავის მხრივ, ეს აღვივებს აგრესიულ ატმოსფეროს, შიშებს და უკმაყოფილებას. როგორც წესი, სოციალურ მედიას არა აქვს პროფესიული რედაქტირებისა და გადამოწმების ფუნქცია, რის გამოც პროპაგანდა და ყალბი ინფორმაცია საზოგადოებრივ აზრზე გავლენას ახდენს. ამიტომაც მნიშვნელოვანია, სოციალური მედიის მომხმარებელმა მასალის გაზიარებამდე ინფორმაციის ხარისხი და სანდოობა გადაამოწმოს, რათა უნებლიეთ ყალბი ფაქტების, ჭორებისა და პროპაგანდის გამავრცელებლად არ იქცეს.

რა არის საინფორმაციო ბუშტი?

სოციალური მედია ჩვენ იმ ინფორმაციას გვაწვდის, რომელიც ჩვენს მსოფლმხედველობას, ინტერესებსა და მოსაზრებებს პასუხობს. ჩვენ გვახასიათებს იმ ადამიანებთან აფილაცია, რომლებიც ჩვენს

პოზიციებს იზიარებენ. სწორედ ამიტომ სოციალურ მედიაში ციფრული ქსელები რეალურ ცხოვრებაში ჩვენი მეგობრებისა და კავშირების არჩევანს ასახავენ. ინფორმაცია, რომელსაც ჩვენ სოციალური მედიით ვიღებთ, ჩვენი ინტერესებისა და პოზიციების მიხედვით იფილტრება. ამგვარად, ჩვენ ვენდობით ამ ქსელებს და მის მიერ მოწოდებულ ინფორმაციას ისე, რომ ხშირად განსხვავებულ მოსაზრებებს ვერ ვხედავთ. ამას საინფორმაციო ბუშტი ეწოდება. ამ საინფორმაციო ბუშტში თავს კარგად ინფორმირებულებად ვგრძნობთ, თუმცა რეალურად, მხოლოდ შერჩევით, რადგან მხოლოდ ჩვენს რწმენებთან დაკავშირებულ ინფორმაციას ვიღებთ. ჩვენი მოსაზრებების მხარდამჭერი ინფორმაციის მოწონება, გაზიარება, ასევე განსხვავებული მოსაზრებების მქონე ადამიანებთან გამოწერის გაუქმება, დახურულ სივრცეს ქმნის, რომელიც მოსაზრებების პოლარიზებას ახდენს. ეს კი დეზინფორმაციისა და მიკერძოების მიმართ მოწყვლადს გვხდის. საინფორმაციო ბუშტში ყოფნით უფრო ადვილად ვიჯერებთ გადაუმოწმებელ ჭორებსა და სიახლეებს. ხანდახან კი ისე ვაზიარებთ სიახლეებს, რომ მას სრულად არც კი ვკითხულობთ, რადგანაც გვჯერა, რომ ის ადამიანი ან ვებ-გვერდი, რომელმაც ეს სიახლე გააზიარა, სანდოა.

როგორ განსაზღვრავენ ალგორითმები, თუ რას ვნახულობთ სოციალურ მედიაში?



Facebook-ის ინჟინრები, მონაცემთა მეცნიერები და სოციალური მკვლევარები სპეციალურ ალგორითმებს ქმნიან, რომლებიც ჩვენ იმ პოსტებს გვთავაზობს, რომელთაც დიდი ალბათობით მოვიწონებთ/გავაზიარებთ. შედეგად, ეს ალგორითმები ალტერნატიულ ინფორმაციას არ გვაწვდის, რაც ჩვენ ინფორმაციულ ბუშტში გვამყოფებს. ინფორმაციული ბუშტიდან გამოსვლის ერთ-ერთი გზაა, რომ შევცვალოთ სიახლეების ზოლის პარამეტრები და „პოპულარული ამბები“-ს ნაცვლად მოვნიშნოთ „უახლესი ამბები“.

რა არის ყალბი ინფორმაცია?

ყალბი ინფორმაცია, შეიძლება გამოიყურებოდეს, როგორც რეალური ინფორმაცია, მაგრამ ის ტყუილის ელემენტებს შეიძლება მოიცავდეს. რეალური ახალი ამბისგან განსხვავებით, რომელიც ცდილობს ფაქტები რამდენადაც შესაძლებელია ობიექტურად და სიზუსტით გადმოსცეს, ყალბი ინფორმაცია განხრაზ ახდენს ფაქტების აღრევას მცდარ ინფორმაციასთან ან სრულად ტყუილს ეფუძნება. გამოყოფენ 3 ტიპის ყალბ ინფორმაციას:

1. სერიოზული ფაბრიკაცია;
2. დიდი მასშტაბის ტყუილები;
3. იუმორისტული სიყალბე.

სერიოზულ ფაბრიკაციას შეიძლება შევხვდეთ როგორც ტრადიციულ მედიაში, განსაკუთრებით ტაბლოიდურში, ასევე სოციალურ ქსელებშიც. დიდი მასშტაბის ტყუილები განზრახ ფაბრიკაციისა და ფალსიფიკაციის კიდევ ერთი ნაირსახეობაა, რომელიც სოციალური მედიის რამდენიმე წყაროთი შეიძლება გავრცელდეს და ტრადიციულმა მედიამაც შესაძლოა აიტაცოს. იუმორისტული გამოგონილი ამბები ბოროტი ფაბრიკაციისგან უნდა გაიმიჯნოს. თუ აუდიტორია ინფორმირებულია იმის შესახებ, რომ მასალა იუმორისტულია, ის მას რეალურ ინფორმაციად არ აღიქვამს. მაგრამ როდესაც იუმორისტული გამოგონილი ამბების სხვა პლატფორმებზე გაზიარება კონტექსტის გარეშე ხდება და არ არის მითითებული მასალის გასართობი ხასიათი, მომხმარებელს უჭირს მისი როგორც სატირად ან პაროდიად აღქმა.

როგორ უწყობს ხელს სოციალური მედია ყალბი სიახლეების გავრცელებას?

თუ ინფორმაციას სოციალური მედიის მეშვეობით იღებთ, მაშინ ხშირად შეხვდებით ჭორებს, გამოგონილ ამბებს, შეთქმულების თეორიების და შეცდომაში შემყვან სიახლეებს. სოციალურ მედიაში დეზინფორმაცია, რეალურ და სანდო ინფორმაციასთან შედარებით, ვირუსულად ვრცელდება, რადგანაც ის ადამიანების შიშებზე და ემოციებზე თამაშობს. ამასთან, სოციალური მედია საშუალებას გვაძლევს შევქმნათ და გავაზიაროთ ნებისმიერი ინფორმაცია და სწორედ ეს ქმნის რეალურ გამოწვევას. სოციალური მედიის მომხმარებლები თავად არიან ყალბი ინფორმაციის გავრცელებაზე პასუხისმგებელნი. ყალბი ინფორმაციის გაზიარებით ან არგაზიარებით, სოციალური მედიის მილიონობით მომხმარებელი თავად განსაზღვრავს, თუ რა ეფექტი ექნება ყალბ ინფორმაციას საზოგადოებრივ აზრზე.

ვინ დგას ყალბი სიახლეების უკან და ვინ არიან სოციალური ტროლები?

სოციალურ მედიაში განსხვავებული ტიპის ყალბი სიახლეები ვრცელდება, შესაბამისად მათი მიზნებიც განსხვავებულია. ერთი მხრივ, ვხვდებით ისეთ ვებ-გვერდებს, რომელთა შემოსავალი ვებ-გვერდზე განთავსებული ინფორმაციის ნახვების რაოდენობაზეა დამოკიდებული. მეორე მხრივ კი არსებობენ „ჰიპერ პარტიზანული“ პლატფორმები, რომლებიც ჭორებსა და შეთქმულების თეორიებს გამიზნულად, საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენის მიზნით ავრცელებენ. ამ ტიპის პლატფორმები ფაქტებს ამახინჯებენ და პოლიტიკური ოპონენტების, უმცირესობების ან განსხვავებული აზრის მქონე ჯგუფების წინააღმდეგ იყენებენ. ზოგიერთი ანალიტიკოსი ამტკიცებს, რომ სოციალური მედიაში ყალბი სიახლეებისა და ციფრული დეზინფორმაციის ინდუსტრიაც კი არსებობს, რაც სოციალურ ტროლებს ეფუძნება. ტროლები სოციალური მედიის ყალბი პროფილებია, რომლებიც რეალური პიროვნების ანგარიშებს ჰგავს. სინამდვილეში კი ამ ყალბ ანგარიშებს კომპიუტერული პროგრამა მართავს და სხვადასხვა ადგილას ათასობით კომენტარს ტოვებს. საზოგადოებაში კი ჩნდება განცდა, თითქოს კონკრეტულ მოსაზრებას ადამიანთა დიდი რაოდენობა უჭერ მხარს.

როგორ შოულობენ ადამიანები ყალბი სიახლეებით ფულს?

ტრადიციული მედია შემოსავალს რეკლამების მეშვეობით იღებს. რეკლამის ფასი ამ მედიების რეიტინგებზეა დამოკიდებული. ონლაინ მედიის შემთხვევაში, თანხა დაკლიკვის რაოდენობის მიხედვით ითვლება. ეს თანხა ციფრული თაღლითების მთავარი შემოსავალია. თაღლითები მომხმარებლების ემოციებზე თამაშით საშიშ ან გულდასაწყვეტ ინფორმაციას, მნახველთა რაოდენობის გაზრდის მიზნით, აზვიადებენ.

რა გავლენა აქვს ყალბ ინფორმაციას ადამიანებზე?

ყალბ ინფორმაციას, რომელიც საზოგადოებრივ აზრზე გავლენის მოხდენის მიზნით არის შექმნილი, დიდი ძალა და გავლენა აქვს. ის ადამიანის ემოციებით თამაშობს. ყალბი ინფორმაცია იქმნება გარკვეული ჯგუფების, ქვეყნების ან სპეციფიური ინსტიტუტების წინააღმდეგ. ყალბი ინფორმაცია ხშირად არსებულ წყენებს აღვივებს. მას შემდეგაც კი, როცა მისი მხილება და განმარტება ხდება, ის ადამიანის რწმენებსა და დამოკიდებულებებზე ქვეცნობიერად აგრძელებს გავლენის მოხდენას.

რატომ უნდა ვიზრუნოთ იმაზე, თუ რას ვაზიარებთ?

ყალბ ინფორმაციასთან ბრძოლაში ყველამ შეიძლება თავისი წვლილი შეიტანოს. ყველას აქვს პასუხისმგებლობა არ შეიყვანოს შეცდომაში სხვები. ზიანის მინიმალიზება მხოლოდ მაშინ არის შესაძლებელი, თუ ყველა მიაქცევს ყურადღებას რა სახის ინფორმაციას აზიარებს და გადაამოწმებს ფაქტებსა და წყაროებს.

წყარო: დოიჩე ველე აკადემია (DWA)

2 მანიპულაციები და ყალბი ინფორმაცია სოციალურ ქსელებში

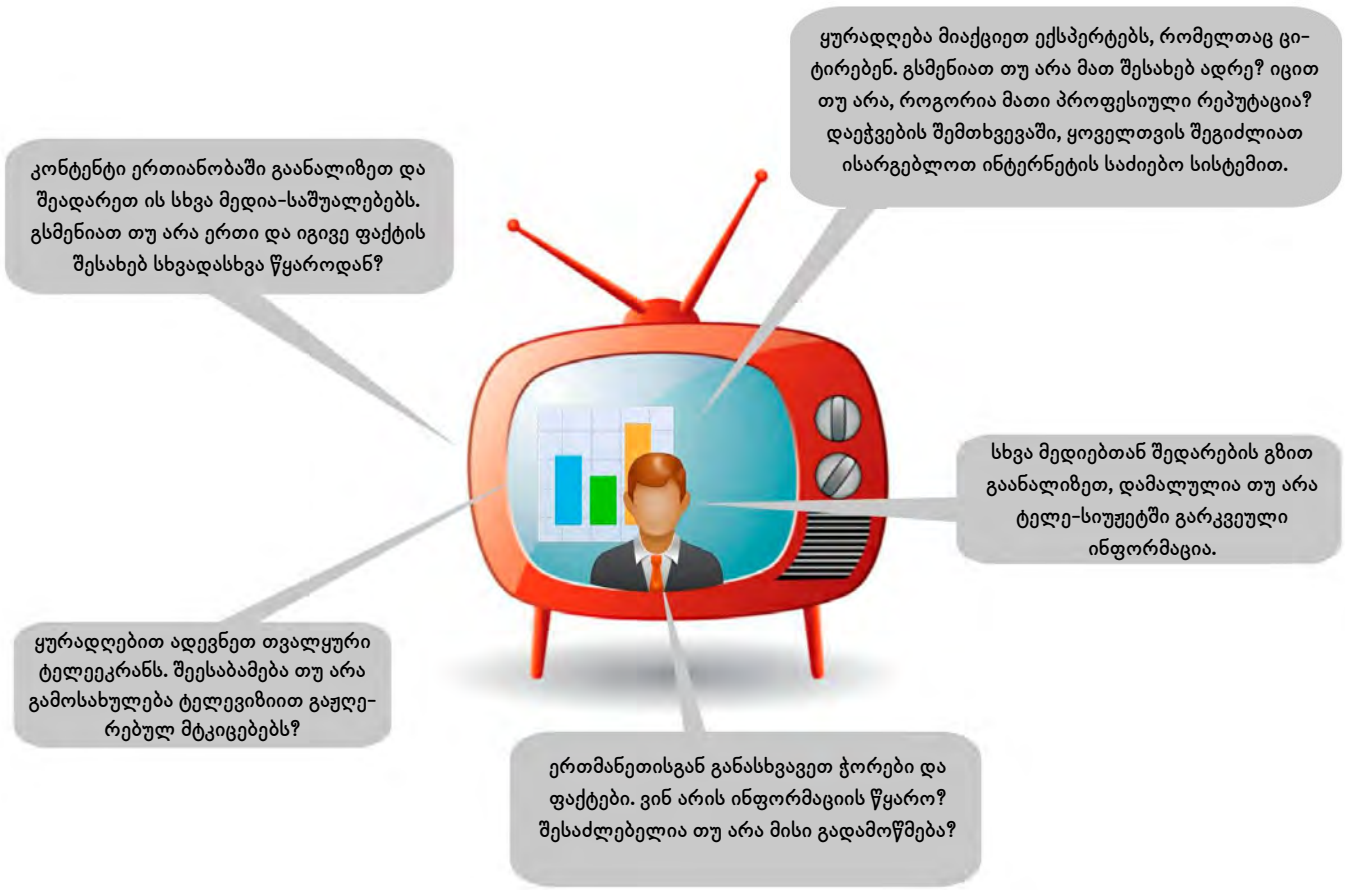
სოციალურ ქსელებში გავრცელებული მანიპულაციებისა და ყალბი ინფორმაციის მარკერები:

- საეჭვო გვერდები, საიდანაც ინფორმაცია ვრცელდება;
- დაუჯერებელი, შოკის მომგვრელი ინფორმაცია;
- გარკვეული ინფორმაციის ტალღისებური გავრცელება;
- პირველწყაროზე მითითების არარსებობა.

მანიპულაციები ტელევიზიაში 3

ტელე-სიუჟეტებში შესაძლებელი მანიპულაციებისა და ყალბი ინფორმაციის მარკერები:

- დაუჯერებელი ისტორიები;
- მწვავე და ემოციური ლექსიკა;
- გამოსახულებისა და ჟურნალისტის მტკიცებულებების შეუსაბამობა;
- ჟურნალისტის შეფასებითი მსჯელობა;
- „თვითმხილველთა ჩვენებები“, რომელთა გადამოწმებაც შეუძლებელია.



4 მანიპულაციები და ყალბი ინფორმაცია ბეჭდვით მედიაში

სტატიებში (პრესა და ონლაინ-მედია) არსებული მანიპულაციების მარკერები:

- არაიდენტიფიცირებული წყაროების, ჭორების გამოყენება, რომელთა გადამოწმებაც შეუძლებელია;
- ერთმანეთთან დაუკავშირებელი მოვლენების ერთ მასალაში ხელოვნურად გაერთიანება;
- ადამიანებისა და მოვლენების აღწერისას ემოციური სიტყვების გამოყენება;
- კატეგორიული შეფასებითი მსჯელობა;
- მოქმედებისკენ მოწოდება.

როგორ შევამოწმოთ ვებ-გვერდის სანდოობა?

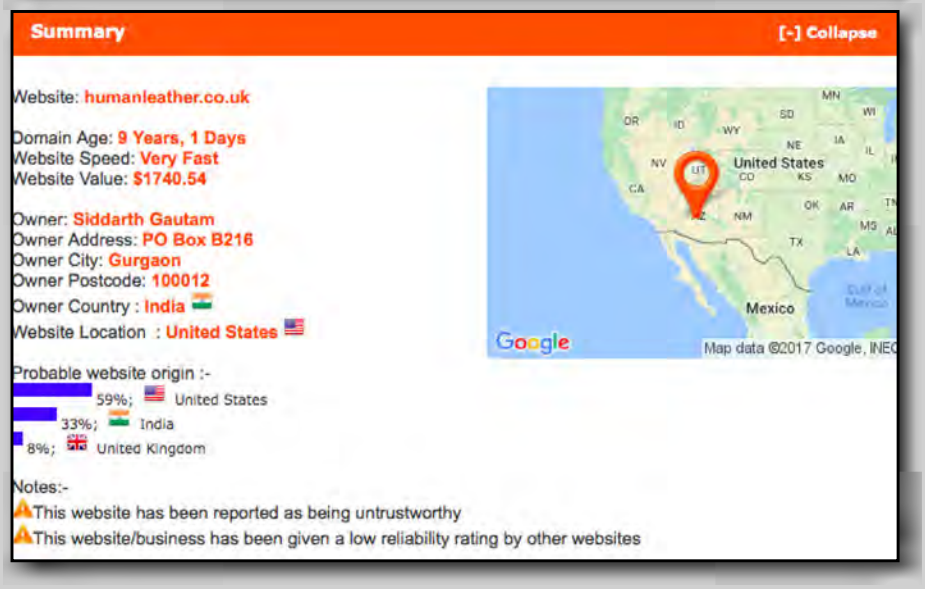
5

მედია თავისი საქმიანობის პროცესში სხვადასხვა ელექტრონულ რესურსს ეყრდნობა. თუმცა, ყველა ვებ-პორტალი როდია სანდო. იმისთვის, რომ გადაამოწმოთ მისი სანდოობა, რეგისტრაციის ადგილი და სხვა აუცილებელი რეკვიზიტები, ისარგებლეთ ვებ-გვერდით www.scamadviser.com.

მაგალითი 1: საეჭვო ვებ-გვერდის გადამოწმება

2016 წლის 28 მარტს გაზეთმა „ასავალ-დასავალმა“ გაავრცელა ყალბი ინფორმაცია იმის თაობაზე, თითქოს ინგლისური ფირმა Human Leather ადამიანის ტყავისგან ტანსაცმელს ამზადებდა. ერთადერთი წყარო, რომელიც მსგავსი კომპანიის არსებობას ადასტურებდა, 2008 წელს დარეგისტრირებული ვებ-საიტი humanleather.co.uk-ი იყო.

აღნიშნული საიტის სანდოობა camadviser.com-ის მეშვეობით გადავამოწმეთ. შედეგად გაირკვა, რომ საიტის სანდობაა რისკის შემცველად არის მიჩნეული.



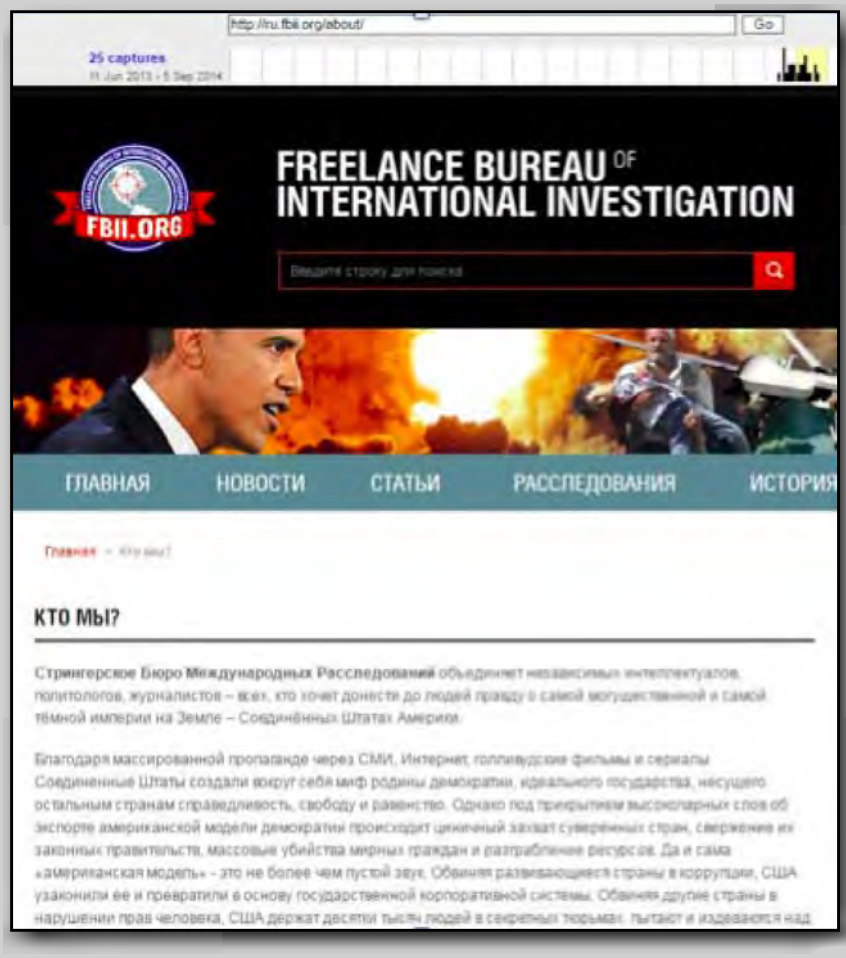
ამასთანავე, აღნიშნული პლატფორმა, ვების რეგისტრაციის ადგილის დადგენის შესაძლებლობასაც იძლევა. როგორც გაირკვა, საიტი აშშ-შია დარეგისტრირებული, თუმცა შესაძლოა მისი მფლობელი ინდოეთში იმყოფებოდეს, თავად საიტი კი არაერთ მომხმარებელს აქვს „დარეპორტებული“.

წყარო:
მითების დეტექტორი

6 როგორ მოვიძიოთ დაარქივებული გვერდები და საარქივო მასალები?

თუ კონკრეტული ვებ-გვერდი აღარ ფუნქციონირებს და ინფორმაციის გადასამოწმებლად ის მნიშვნელოვან რესურსს წარმოადგენს, არსებობს საარქივო მასალების ძიების 3 რესურსი, რომელიც სასურველი მასალების მოძიებაში დაგეხმარებათ. ესენია: archive.org/web, archive.is, cachedview.com.

მაგალითი 2: არქივის გადამოწმება



2016 წლის 1 დეკემბერს ინტერნეტ-პორტალმა „საქართველო და მსოფლიომ“ გამოაქვეყნა მასალა, სადაც რუსულენოვან პორტალ «Свободная пресса» დაყრდნობით ნათქვამია, რომ ერაყში ამერიკელმა ჯარისკაცებმა ბაღდადის მუზეუმი გაძარცვეს. თავის მხრივ, «Свободная пресса» ეყრდნობოდა სტრინგერის საერთაშორისო გამოძიებების ბიუროს (Стрингерского бюро международных расследований) ექსპერტების მიერ მოპოვებულ მასალებს, თუმცა სტატიაში მითითებული ბმული, რომელსაც აღნიშნული ბიუროს ვებ-გვერდზე გადავყავართ, არ ფუნქციონირებდა.

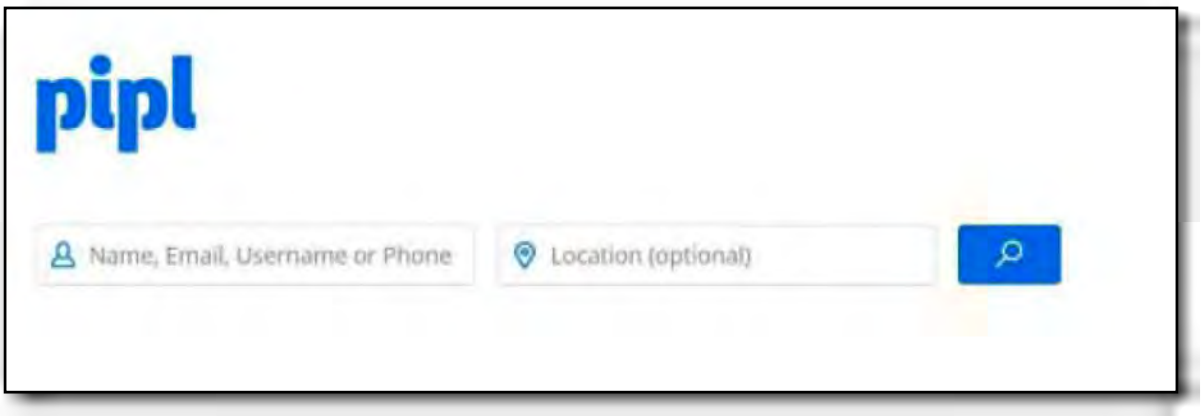
archive.org/web-ის საძიებო სისტემით ru.fbii.org-ის გადამოწმება საშუალებას იძლევა ვიპოვოთ უკანასკნელად დაარქივებული მასალა, ასევე ვებ-გვერდის კატეგორია ვინ ვართ ჩვენ (КТО МЫ?). აღნიშნულ კატეგორიაში ვკითხულობთ, რომ „სტრინგერის საერთაშორისო გამოძიებების ბიურო აერთიანებს დამოუკიდებელ ინტელექტუალებს, პოლიტოლოგებსა და ჟურნალისტებს – ყველას, ვისაც სურს ადამიანებამდე მიიტანოს სიმართლე დედამიწის ყოვლისშემძლე და ბნელი იმპერიის – ამერიკის შეერთებული შტატების შესახებ“. ორგანიზაციის მისიის განაცხადი წარმოდგენას გვაძლევს მის მიზნებსა და მიკერძოებაზე.

წყარო:
მითების დეტექტორი

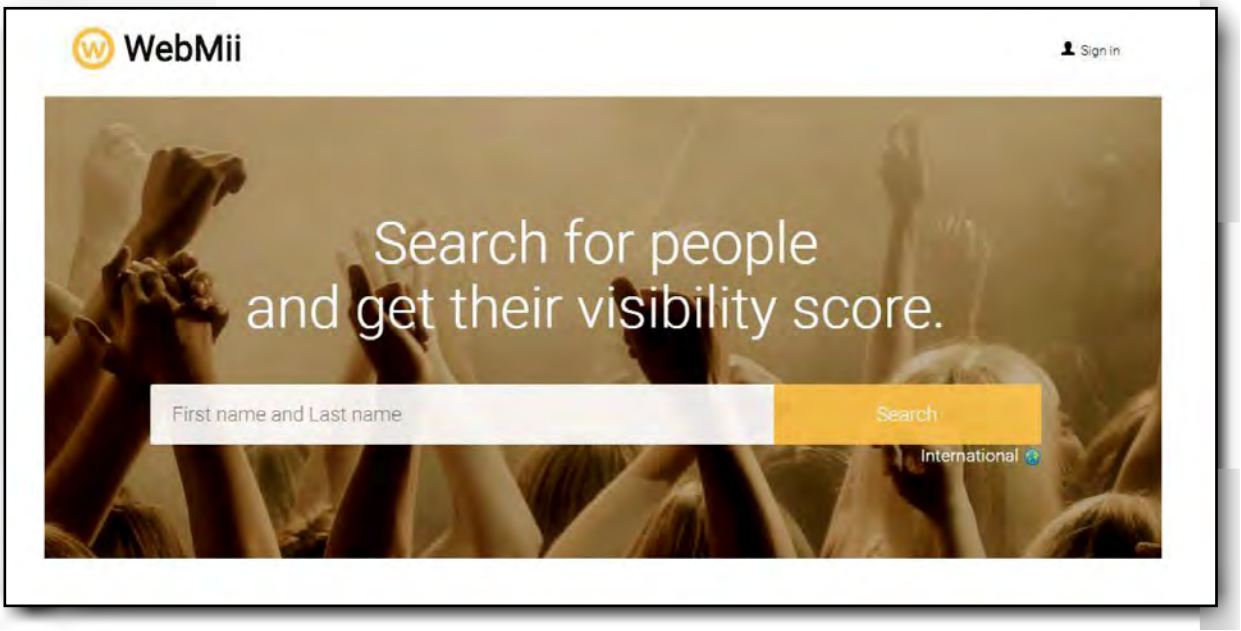
7 როგორ მოვახდინოთ პიროვნების იდენტიფიცირება?

ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ მოვახდინოთ იმ პიროვნების იდენტიფიცირება, რომელიც ავრცელებს მცდარ ინფორმაციას ან გაყალბებულ ფოტოს. არსებობს 3 სასარგებლო რესურსი, რომელიც კონკრეტული პიროვნების, მისი საცხოვრებელი ადგილის, სამუშაოს, ინტერესების შესახებ ინფორმაციის მოპოვებაში დაგეხმარებათ. ესენია pipl.com, webmii.com, people.yandex.ru. პიროვნების იდენტიფიცირება შესაძლებელია ასევე ფოტოს მეშვეობითაც.

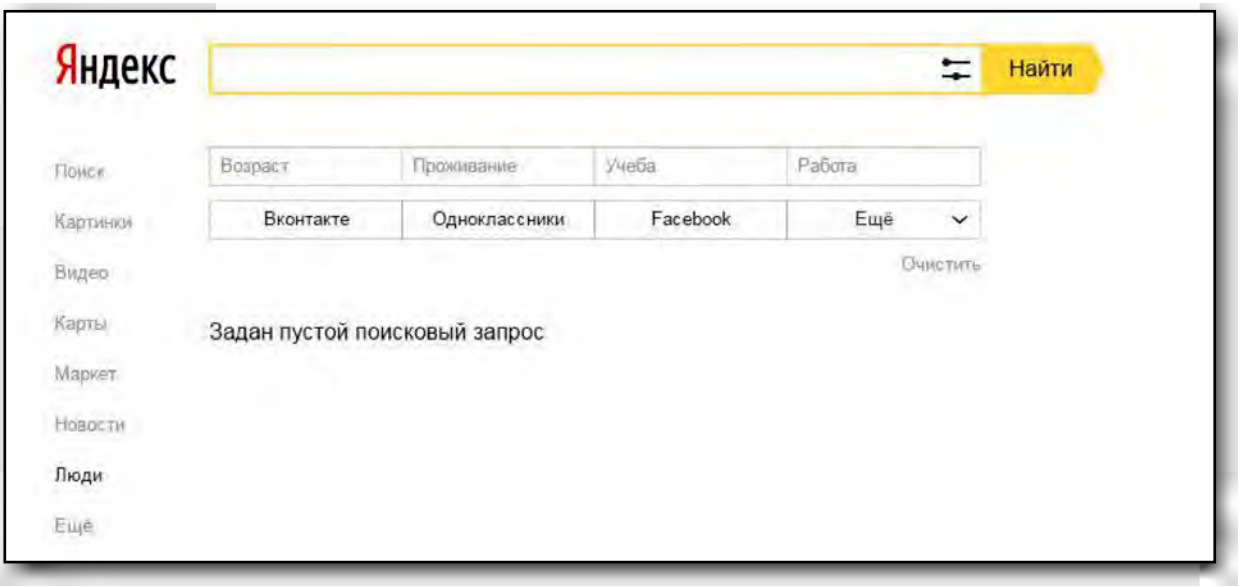
1. Pipl.com ინტერნეტში სხვადასხვა სოციალურ ქსელებში დარეგისტრირებულ მომხმარებლებს სახელის, username-ის, იმეილის ან ტელეფონის ნომრის მითითებით ეძებს. Pipl.com ეძებს პიროვნებებს, რომლებიც დარეგისტრირებულნი არიან Facebook-ის, Linkedin-ის და Myspace-ის პლატფორმებზე. ეს საძიებო სისტემა google-ზე უფრო დეტალური ინფორმაციის მოპოვების საშუალებას იძლევა.



2. კიდევ ერთი სასარგებლო რესურსია webmii.com, რომელიც ინტერნეტში ამა თუ იმ პიროვნებაზე არსებული სხვადასხვა სახის (სოციალურ ქსელებში პროფილები, სტატიები, თაგ-ები, ფოტოები, ვიდეოები) ინფორმაციის მოძიების შესაძლებლობას იძლევა. ამ რესურსის მეშვეობით ასევე შეგვიძლია დავადგინოთ ამ პიროვნების „ვებ-ცნობადობა“, რაც გვეხმარება დავადგინოთ, ხომ არა გვაქვს საქმე ყალბ პროფილთან, რომელსაც, როგორც წესი, ძალიან დაბალი „ცნობადობის“ მაჩვენებელი აქვს.



3. რუსულ პლატფორმებზე ძებნისათვის კარგი საშუალებაა people.yandex.ru, რადგან დეზინფორმაცია ხშირად რუსული წყაროებიდან და ტროლებიდან მომდინარეობს.



პიროვნების იდენტიფიცირება ფოტოს მეშვეობით

პიროვნების იდენტიფიცირება შესაძლებელია ფოტოს მეშვეობითაც. დეტალური ინფორმაცია ფოტოს გადამოწმების შესახებ მოცემულია მე-8 ნაწილში. ქვემოთ მოყვანილი მაგალითი კი დაგეხმარებათ ფოტოს მეშვეობით პიროვნების იდენტიფიცირების პრაქტიკულ ხერხებს გაეცნოთ.

მაგალითი 3: პიროვნების იდენტიფიცირება ფოტოთი

2017 წლის 21 აპრილს, ინტერნეტ-პორტალმა Geworld-მა გამოაქვეყნა ყალბი ინფორმაცია, რომლის თანახმად, ვაშინგტონის სმითსონის მუზეუმის ღამის დარაჯი, 44 წლის ჯეიმს მონრო 2500 წლის მუმიის გაუპატიურებისთვის დააკავეს. გამოცემის მტკიცებით, მასალას თან ახლდა დაკავების ამსახველი ფოტო, რომელიც ფოტოფაბრიკაცია აღმოჩნდა.

Google Image Search-ის მეშვეობით საძიებო სისტემამ Google-ში არსებული მსგავსი ფოტოები და ამ ფოტოების გამოყენებით ინტერნეტში არსებული მასალები გვიჩვენა. გადამოწმების შედეგად გაირკვა, რომ ფოტოს პირველწყარო ახალი ამბების ვებ გვერდი TMCNews.net-ია. ხოლო ფოტოზე არა ჯეიმს მონრო, არამედ ედვარდ უაითმენის დაკავების მომენტია ასახული. TMCNews.net-ის ცნობით, ედვარდ უაითმენი 2010 წელს ოჰაიოს შტატის ქალაქ ელირიაში ავტოსაგზაო ინციდენტის შექმნისა და შემდეგ შემთხვევის ადგილიდან მიმალვისათვის დააკავეს.

Whiteman fled the scene through the IGT Parking lot heading south with Brown closely behind. Fitzpatrick stayed with the three victims inside of the PT Cruiser telling them to remain still and to be calm. *"I didn't want them moving around because that might have made any injuries they had worse. The guy in the back seat got out of the car and started following the guy too but I told him that my buddy was chasing him and that he should get back in the car."*

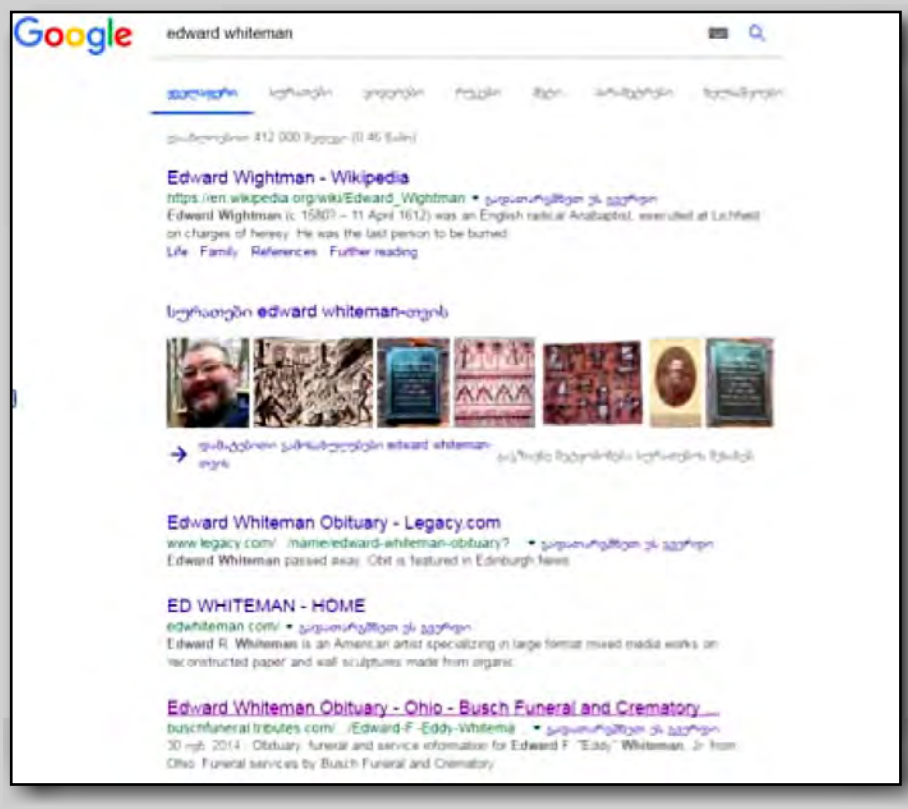
Elyria Police rushed to find Whiteman and found him, with Brown right behind him, near St. Mary's Church on 4th Street.

Whiteman was taken into custody by Police and returned to the scene where he was positively identified by witnesses. Whiteman was then charged with OVI and Improper Backing.

LifeCare Paramedics treated and transported three victims from the PT Cruiser to Elyria Memorial Hospital where they were all treated and released.

PHOTO GALLERY

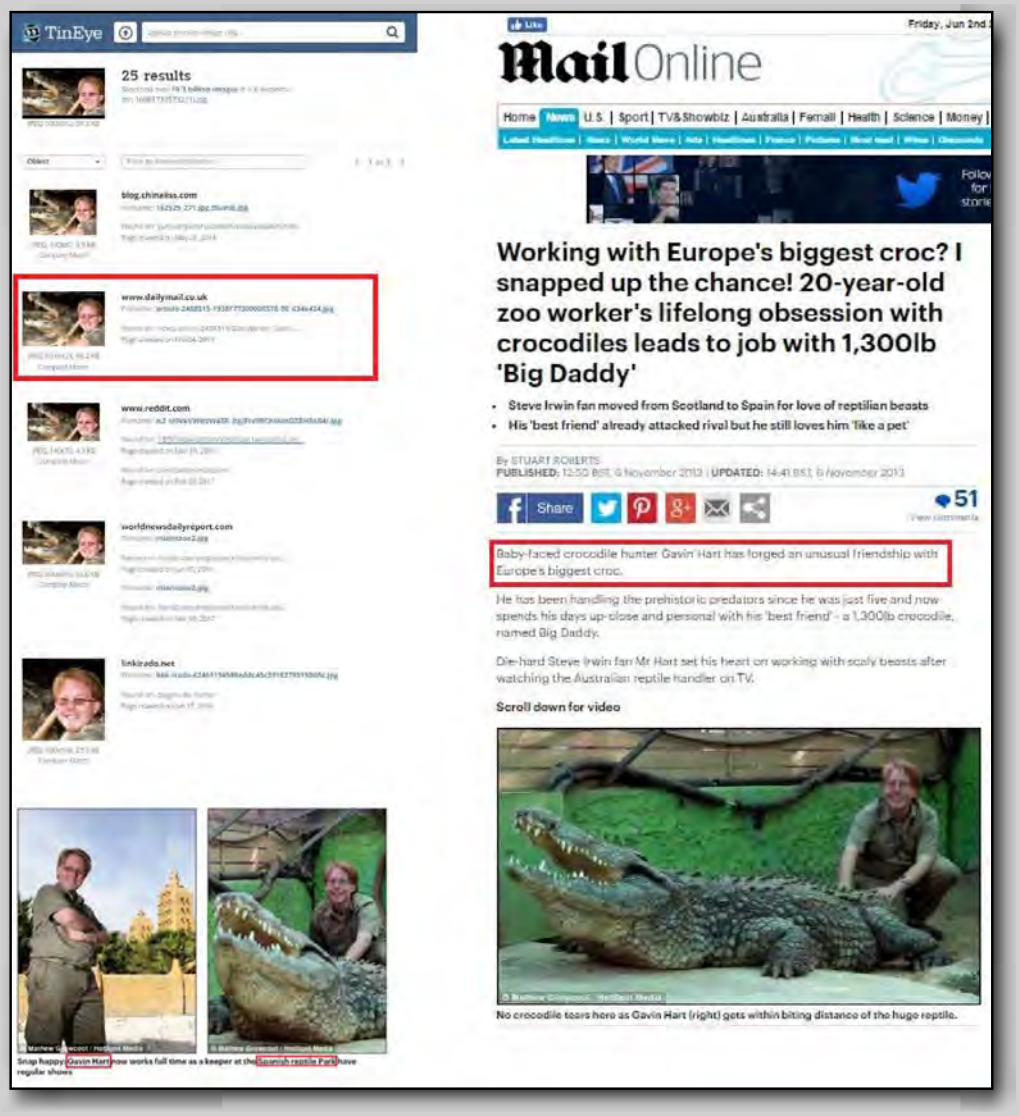
დაკავებულ პიროვნებაზე დამატებითი ინფორმაციის მოსაპოვებლად მისი ნამდვილი სახელი და გვარი Google.com-ის საძიებო სისტემაში გადამოწმდა. გუგლის მიერ შემოთავაზებულ ბმულებს შორის ედვარდ უაითმენის ნეკროლოგი აღმოჩნდა, რომელიც დამკრძალავი ბიუროს ვებ გვერდზეა განთავსებული. დადგინდა, რომ ფოტოზე გამოსახული ედვარდ უაითმენი, რომელის Geworld-ის ცნობით 2017 წელს დააკავეს, 2014 წლის 30 მაისს გარდაიცვალა.



წყარო:
მითების დეტექტორი

მაგალითი 4: ფოოს მეშვეობით პიროვნების იდენტიფიცირება

2016 წლის 17 აგვისტოს ინტერნეტ-პორტალმა Geworld.ge-მ გამოაქვეყნა ყალბი ინფორმაცია, თითქოს ნეაპოლში 24 წლის ჯიმი ოლსენი ახალგაჩენილი ალიგატორის გაუპატიურების მცდელობისას მოზრდილმა ალიგატორმა შეჭამა. სიახლეს თან ერთვოდა ფოტო, რომელზეც Geworld.ge-ს მტკიცებით, ჯიმი ოლსენი იყო გამოსახული.



Geworld.ge-ს მიერ გამოყენებული ფოტო

ფოტოზე გამოსახული პირის იდენტიფიცირება Tineye.com-ის მეშვეობით არის შესაძლებელი. პროგრამაში ფოტოს ატვირთვის შედეგად Tineye ყველა იმ ვებ-გვერდს გვთავაზობს, რომლებმაც აღნიშნული ფოტო გამოიყენეს. ძიების შედეგად დადგინდა, რომ ბრიტანულ გამოცემა Dailymail.co.uk-ს ფოტოზე გამოსახული პიროვნების შესახებ ვრცელი რეპორტაჟი აქვს მომზადებული და ის არა ჯიმი ოლსენი, არამედ შოტლანდიელი გევინ ჰარტია, რომელიც რეპტილიების სპეციალისტია და ესპანეთში, ტორემოლინოსის ნიანგების პარკში მუშაობს.

წყარო:
მითების დეტექტორი

8 როგორ გაიგებთ ფოტო?

რაში გვეხმარება ფოტოს გადამოწმება?

- **ფოტოს გადამოწმება გვეხმარება ფაქტების დადგენაში.** ფოტოს ორიგინალმა შესაძლოა, დეზინ-ფორმაციის პირველწყაროსთან მიგვიყვანოს ან რაიმე დამატებითი ინფორმაციის მოპოვებაში დაგვეხმაროს, რომელიც ფაქტების რეკონსტუირების და სრული სურათის შექმნის შესაძლებლობას იძლევა.
- **ავთენტური ფოტოს გამოქვეყნების თარიღი, გვეხმარება დავადგინოთ, რამდენად ზუსტად ასახავს ის იმ მოვლენას, რომლის საილუსტრაციოდაც გამოიყენება.** მაგალითად, შეიძლება საქმე გვქონდეს ფოტოსთან, რომელიც სირიაში განვითარებულ მოვლენებს ასახავს და ის უკრაინაში მიმდინარე საომარი მოქმედებების საილუსტრაციოდ იყოს გამოყენებული.

ფოტოს გადამოწმების პრაქტიკული ხერხები:

არსებობს ფოტოების გადამოწმების რამდენიმე პლატფორმა: Images.google.com, TinEye, JPEGSnoop.

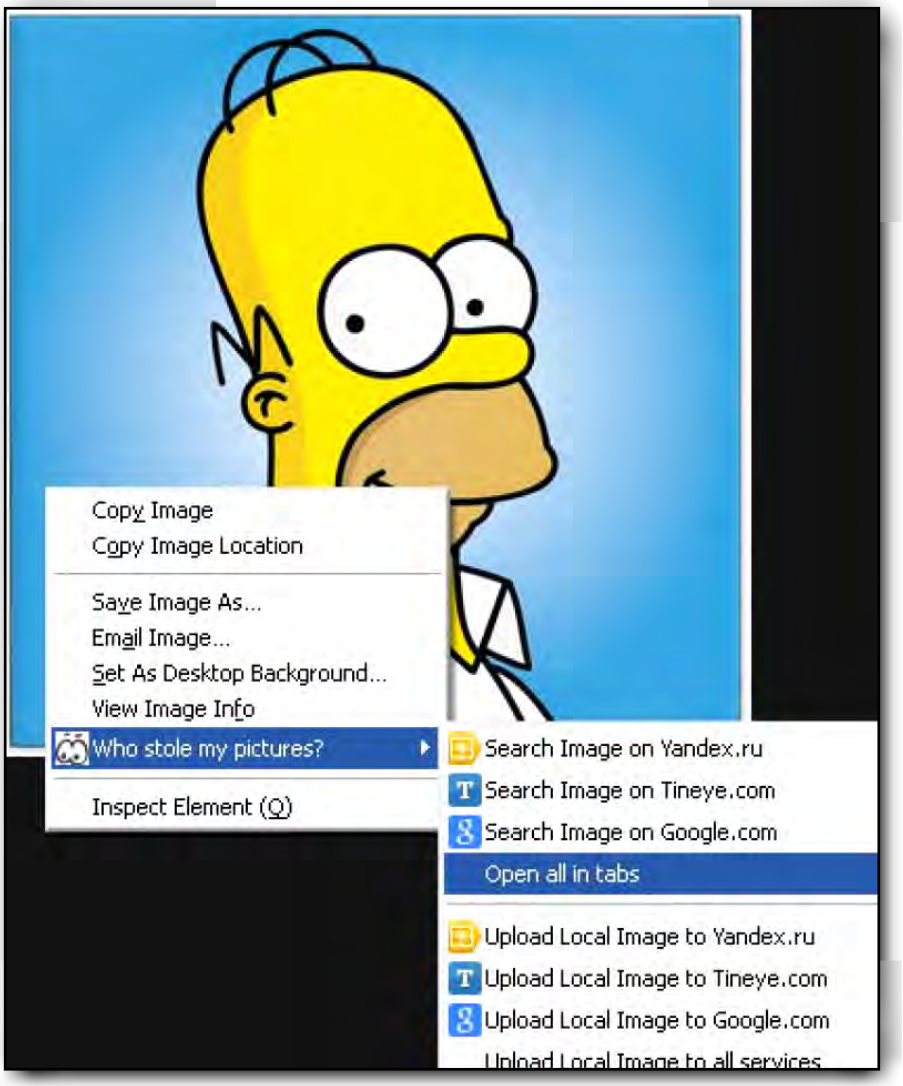
1. Images.google.com-ზე ავტვირთავთ სასურველ ფოტოს ან მივუთითებთ ფოტოს მისამართს (URL) და საძიებო სისტემა გვიჩვენებს გუგლში არსებულ მსგავს ფოტოებს და ამ ფოტოების გამოყენებით ინტერნეტში არსებულ მასალებს.

Google Chrome-ის გამოყენება: ფოტოზე მაუსის მარცხენა ღილაკის დაკლიკვით ვირჩევთ Search Google for image და ვეძებთ ფოტოს გუგლის საძიებო სისტემით.

გუგლი გვიჩვენებს მსგავს ფოტოებს და ასევე რომელ ვებ-გვერდებზე აიტვირთა მითითებული ფოტო.

Firefox-ის შემთხვევაში, შესაძლებელია სპეციალური **Plug-in**-ის, მაგალითად, **Who stole my pictures**-ის დაყენება.

Who stole my pictures – ეძებს არა მხოლოდ გუგლის, არმედ სხვა სისტემებშიც: Yandex, Tineye, Baidu, Vkontakte.



2. TinEye – სურათების ძიების და ამოცნობის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული სისტემაა, რომელიც ფოტოების შემოწმებისას გამოიყენება.

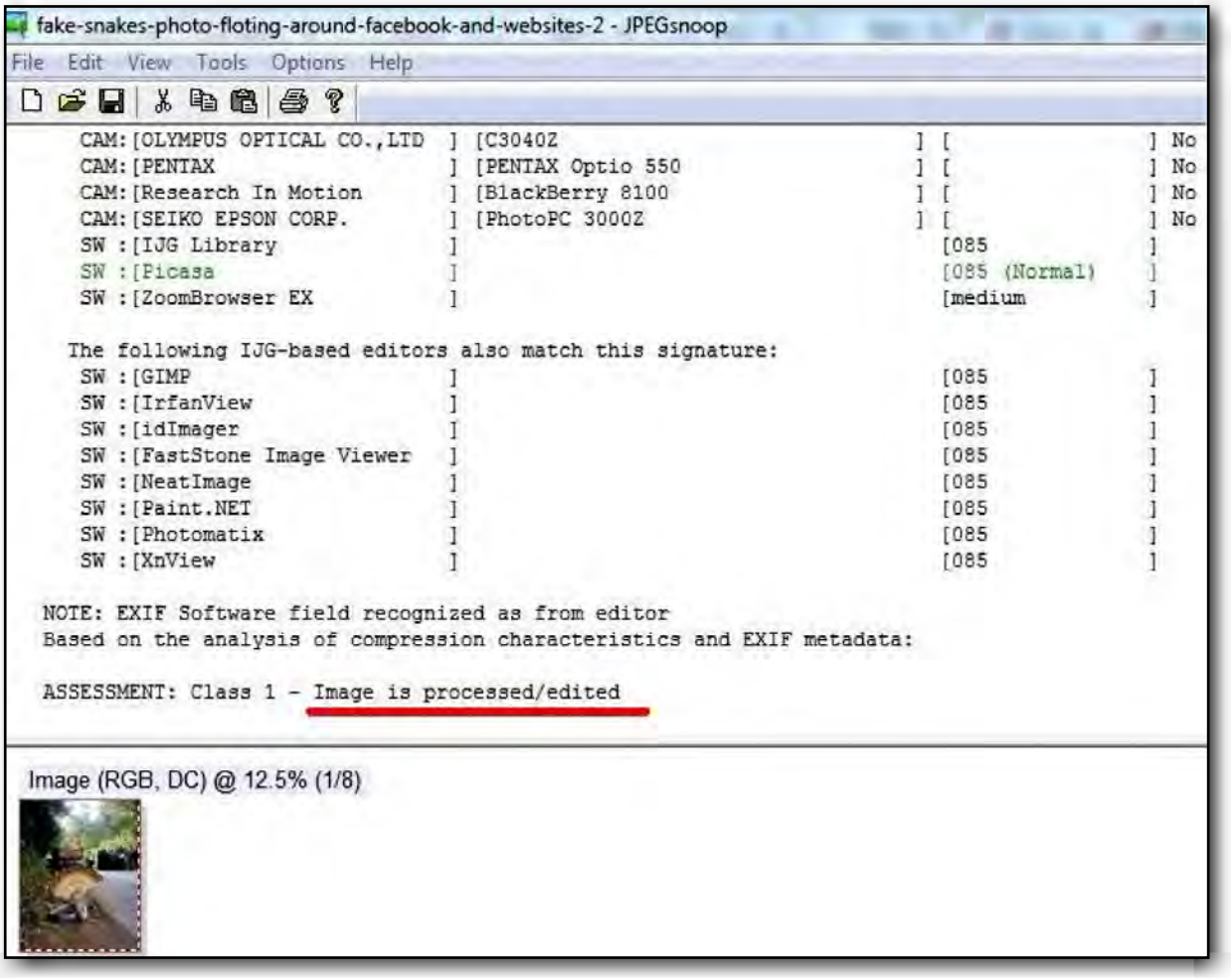
სასურველი ფოტოს ატვირთვით ან ფოტოს მისამართის (URL) მითითებით, TinEye გვიჩვენებს მასალებს იდენტური ფოტოთი, ასევე გამოქვეყნების თარიღს.

აღნიშნული პროგრამა ასევე გვიჩვენებს, თუ **რამდენჯერ გამოქვეყნდა ერთი კონკრეტული ფოტო ერთსა და იმავე საიტზე**. მაგალითად სირიის ომის ამსახველი ფოტო ფორუმზე reddit.com-ზე 3-ჯერ იყო ატვირთული:

3. **სპეციალური პროგრამა JPEGSnoop** მხოლოდ ვინდოუსისთვისაა განკუთვნილი და აანალიზებს ამა თუ იმ ფოტოს მეტამონაცემებს (Metadata). პროგრამა გვთავაზობს შეფასებას **ფოტო დამუშავებულია, თუ ორიგინალს წარმოადგენს.**

პროგრამის გადმოწერა უფასოა. კომპიუტერში პროგრამის დაინსტალირების შემდეგ, მასში ვტვირთავთ სასურველ სურათს შესამოწმებლად. მაგალითად:

ფოტოს შეფასება:



გადამოწმების შემდეგ ირკვევა, რომ ფოტო დარედატირებულია და ორიგინალს არ წარმოადგენს.

მაგალითი 5: მარკ ცუკერბერგის ფოტოს ფაბრიკაცია

გავრცელდა ფოტო, რომლის მიხედვით, სოციალური ქსელის, ფეისბუქის დამფუძნებელი მარკ ცუკერბერგი მხარს უჭერდა ბრაზილიაში აქციის მონაწილეებს, რომლებიც საზოგადოებრივ ტრანსპორტზე ფასების ზრდას აპროტესტებდნენ. სინამდვილეში ფოტო იყო დამუშავებული და ასახავდა სრულიად სხვა მოვლენას. ფოტოს არაფერი ჰქონდა საერთო პროტესტთან და ბრაზილიასთან. აღნიშნული ფოტოს რეალური წარწერა იყო THANKS (მადლობა).

ფოტო მარკ ცუკერბერგმა მაშინ გაავრცელა, როდესაც ფეისბუქის მომხმარებელთა რიცხვმა 500 მილიონს მიაღწია. ის აღნიშნული ფოტოთი მომხმარებლებს მადლობას უხდიდა.

წყარო: THE NEWS LITERACY PROJECT

მაგალითი 6: ფოტოფაბრიკაცია ადამიანის კანით დამზადებულ ტანსაცმელზე

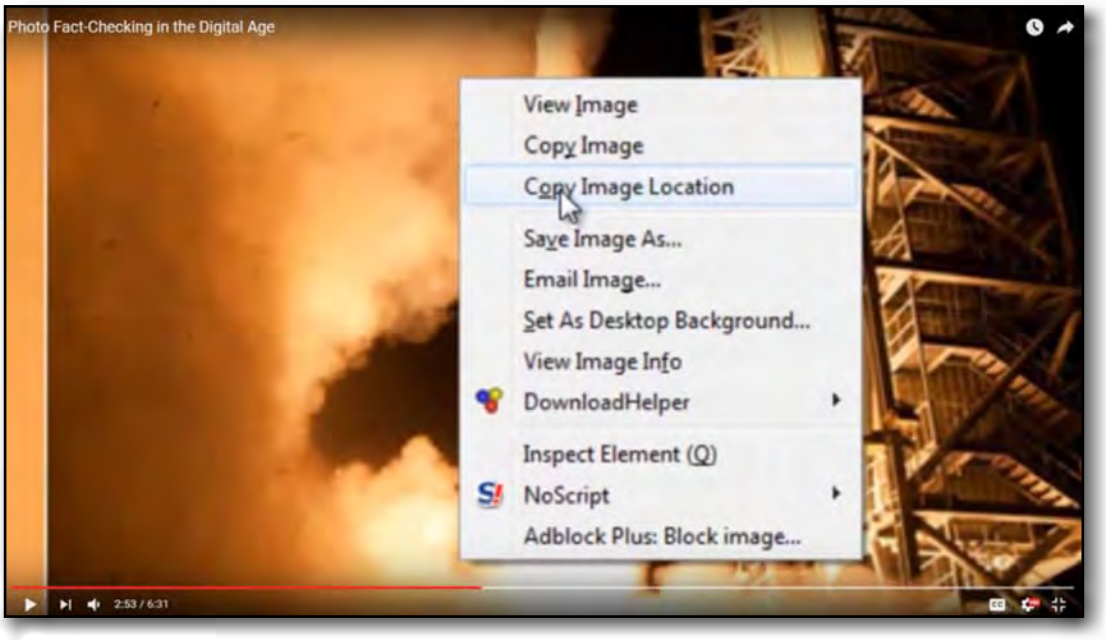
როგორც მაგალითი 1-შია (ვების გადამოწმება, გვ. 11) აღნიშნული, 2016 წლის 28 მარტს გაზეთმა „ასავალ-დასავალმა“ გაავრცელა ყალბი ინფორმაცია იმის თაობაზე, თითქოს ინგლისური ფირმა Human Leather ადამიანის ტყავისგან ტანსაცმელს ამზადებდა. იმავე მაგალითში აღნიშნული იყო, რომ ამ ინფორმაციას ერთადერთი, სპეციალურად შექმნილი საიტი www.humanleather.co.uk ადასტურებდა. მასალას თან ახლდა ფოტო, რომელზეც „ასავალ-დასავალის“ მტკიცებით, ადამიანის კანისგან დამზადებული ტანსაცმელი იყო გამოსახული.

ფოტოს გადამოწმების შედეგად გაირკვა, რომ მასზე ასახულია დიზაინერ ოლივიერ გულეს (Olivier Goulet) მიერ შექმნილი ადამიანის კანის მსგავსი მასალისგან შეკერილი ქურთუკი. დიზაინერი წლების განავლობაში მუშაობდა ისეთი ტექსტილის შექმნაზე, რომელსაც ადამიანის კანის იმიტაცია ექნებოდა. ამდენად ფოტო წარმოადგენს ფაბრიკაციას და გადამოწმების შედეგად მისი ავთენტურობის დადგენა გვეხმარება გავრცელებული ინფორმაციის სანდოობის დადგენაში

წყარო: მითების დეტექტორი

რას უნდა მივაქციოთ ფოტოს დამუშავებისას ყურადღება?

- **ფოტოზე გამოსახულ ადგილს**, ასახავს თუ არა ფოტო აღწერილობაში ან ტექსტში მითითებულ ადგილს. ამისთვის მოვნიშნოთ Copy Image Location (დააკოპირე იმიჯის ადგილმდებარეობა).
- ფოტოს აღწერილობაში ან გავრცელებისას **მითითებულ თარიღს**.
- ფოტოზე **გამოსახულ პიროვნებებს**.



ასევე ყურადღებით უნდა დავაკვირდეთ ფოტოზე გამოსახულ

- ამინდს და თარიღს ერთად.
- გამოსახული ობიექტის ვიზუალურ მონაცემებს.
- შენობა-ნაგებობებს, რომლებიც ფოტოზეა გამოსახული

ეს საშუალებას გვაძლევს, დავადგინოთ დამატებითი დეტალები, რაც ფაბრიკაციის გამოვლენაში დაგვეხმარება. შესაძლოა, ფოტო არ იყოს გაყალბებული ან ფოტოშოპით დამუშავებული, მაგრამ ჰქონდეს მცდარი აღწერილობა: ასახავდეს სრულიად სხვა მოვლენას.

მაგალითი 7: ნასას მზის ამოსვლის ფოტო დონეცკის დაბომბვის საილუსტრაციოდ

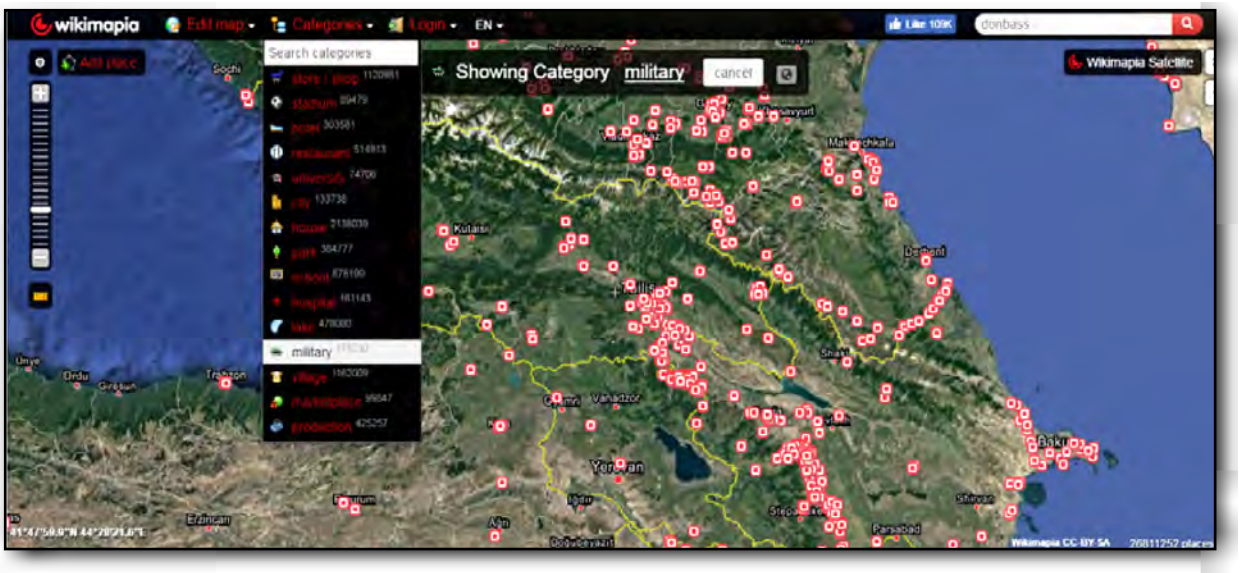
რუსულენოვანი ონლიან პლატფორმის lentachpost2015.ru-ს ცნობით, 2015 წლის 9 თებერვალს უკრაინის სამთავრობო ძალების მიერ ქალაქ დონეცკის დამბობვის ძალა იმდენად დიდი იყო, რომ ის ნატოს სამხედრო თანამგზავრმა კოსმოსიდანაც კი დააფიქსირა.

ზოგიერთმა მედიამ ბირთვული იარაღის გამოყენების შესაძლებლობაც კი განიხილა, მიუხედავად იმისა, რომ უკრაინას ბირთვული არსენალი არ გააჩნია.

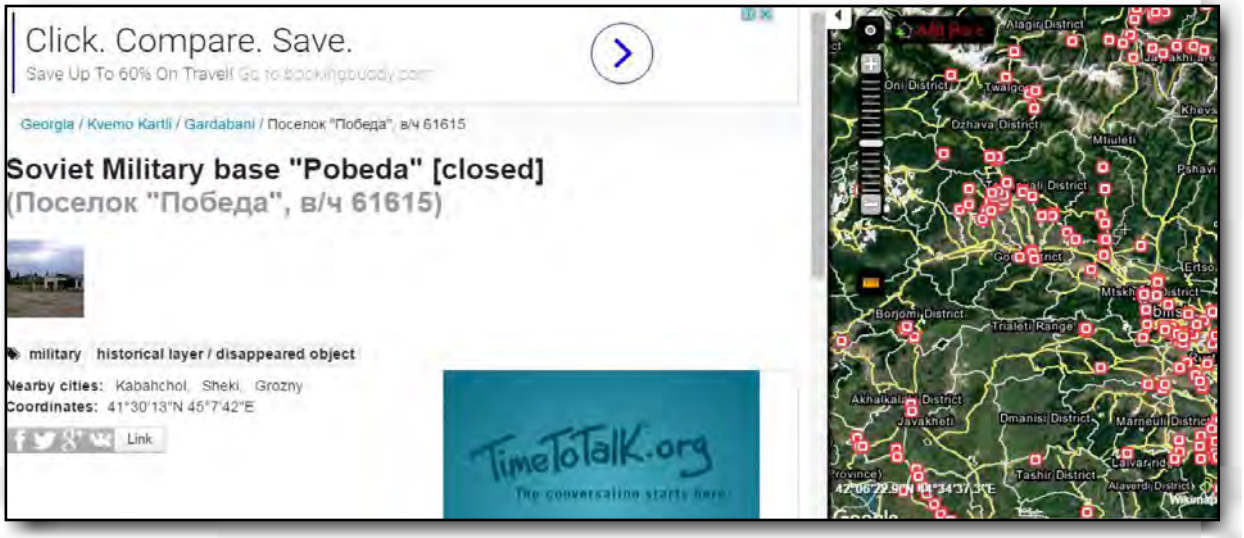
საილუსტრაციოდ გამოიყენებული სურათის გადამოწმებისას გაირკვა, რომ ის არავითარ კავშირში არაა აფეთქებასთან. სურათი ნასას ასტრონავტის მიერ 2011 წლის 11 ივნისსაა გადაღებული და მასზე მზის ამოსვლაა აღბეჭდილი.

წყარო: RUSSIALIES.COM

ადგილის განსაზღვრისთვის კარგი საშუალებაა Wikimapia-ს გამოყენება. ვთქვათ ფოტოს აღწერილობაში მოცემულია, რომ მასზე გამოსახულია რაიმე სამხედრო ობიექტი. რუკაზე მოვძებნით სასურველ ქვეყანას ან ადგილს და მივუთითებთ კატეგორიას – სამხედრო. რუკა გვიჩვენებს კონკრეტულად ამ მონაკვეთზე არსებულ სამხედრო ობიექტებს.



თითოეულ სამხედრო ობიექტზე დაკლიკვისას რესურსი აჩვენებს ასევე მომხმარებლების მიერ ატვირ-თულ სურათებს. მაგალითად, ავიღოთ დახურული საბჭოთა სამხედრო ბაზა „პობედა“.



გარდა სამხედრო ობიექტებისა, Wikimapia აჩვენებს სკოლებს, საავადმყოფოებს, სასაზღვრო-გამშვებ პუნქტებს, საკვებ დაწესებულებებს, სავაჭრო ობიექტებს.

ერთ-ერთი ყველაზე მარტივი და სანდო გზა ფოტოს წარმომავლობის დადგენისას არის გავარკვიოთ, თუ ვინაა გადამღები ფოტოგრაფი ან დავუკავშირდეთ ფოტოს გამავრცელებელს/გამომქვეყნებელს.

9 როგორ გაიგავამოწმოთ ვიდეო?

ყალბი ვიდეოს დადგენა ფოტოსთან შედარებით უფრო რთულია, რადგან ვიდეოს შემთხვევაში მარტივი საძიებო სისტემა არ არსებობს. თუმცა, თუ დაეჭვდებით ვიდეოს ავთენტურობაში, მისი სიყალბის დასადგენად შემდეგ 4 ნაბიჯს მიჰყევით:

1. დაადგინეთ ვიდეოს წარმომავლობა;
2. გადაამოწმეთ წყარო;
3. გადაამოწმეთ ვიდეოს შინაარსი;
4. დაადგინეთ ვიდეოში მონაწილე პირების რეალური ვინაობა.

1. დაადგინეთ ვიდეოს წარმომავლობა

ვიდეოს წარმომავლობის დასადგენად ყურადღება მიაქციეთ ვიდეოს აღწერას, თაგებს, კომენტარებს, აკრონიმებს, ადგილის დასახელებებს და სხვა. თუ ვიდეო უცხოურ ენაზეა ატვირთული, მისი თარგმნა Google Translate-ის მეშვეობით შეგიძლიათ. ეს არ იქნება აკადემიური თარგმანი, თუმცა შინაარსზე ზოგადი წარმოდგენის შექმნაში დაგეხმარებათ.

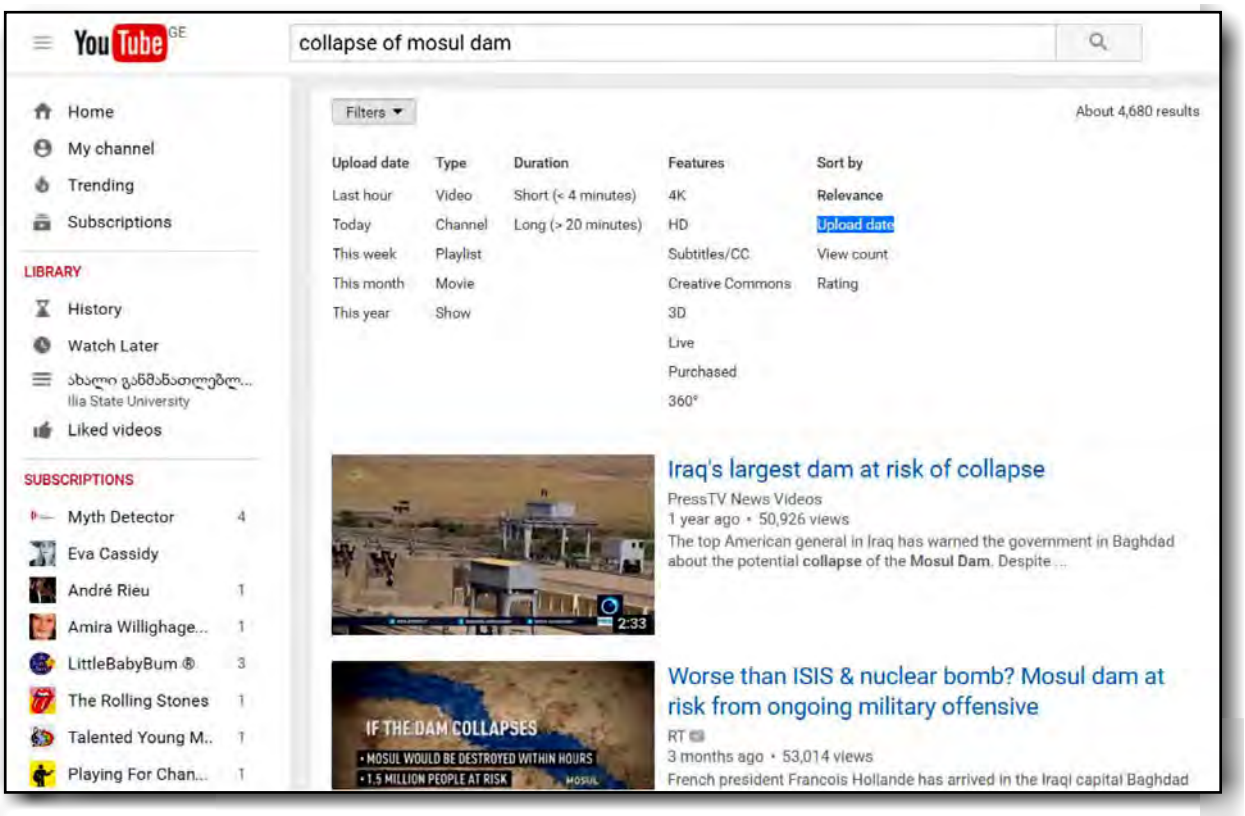
დრო. ვიდეოს წარმომავლობის დადგენისთვის მნიშვნელოვანია დავადგინოთ მისი ატვირთვის დრო, რომელიც ვიდეოს მარცხენა მხარეს, ქვემოთ არის მითითებული:

იმისთვის, რომ დაადგინოთ, პირველად როდის გავრცელდა იმავე შინაარსის ვიდეო, გამოიყენეთ ორი მეთოდი:

1. ვიდეოს შესახებ მთავარი სიტყვები დაძებნეთ Youtube-ის საძიებო სისტემაში. ძიების შედეგად გამოჩნდება ყველა ის ვიდეო, რომელიც თქვენთვის საინტერესო თემას ეხება. ფილტრის მენიუს

გამოყენებით ვიდეოები ატვირთვის თარიღის მიხედვით დაალაგეთ. თარიღის ფილტრის ფუნქცია ასევე აქვს სხვა ვიდეო პორტალებსაც, როგორიცაა Vimeo და Youku.

2. ამოჭერით ვიდეოდან მნიშვნელოვანი კადრები ფოტოს ფორმატში და გამოიყენეთ ფოტოს გადა-მოწმების ტექნიკები (იხ. თავი 8. ფოტოს გადამოწმება. გვ. 17)



მაგალითი 8: როდის აიტვირთა YOUTUBE-ზე სირიაში ქიმიური თავდასხმის კადრები?

2013 წლის 21 აგვისტოს Youtube-ზე აიტვირთა რამდენიმე ვიდეო, რომელიც სირიაში ქიმიური თავდასხმის კადრებს ასახავდა. საპასუხოდ, რუსეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრომ განაცხადა, რომ ვიდეოები ყალბი იყო, რადგან ისინი თავდასხმამდე რამდენიმე საათით ადრე აიტვირთა. რუსეთი, სავარაუდოდ, ეფუძნებოდა იმ ფაქტს, რომ ვიდეოების თარიღად Youtube-მა 2013 წლის 20 აგვისტო მიუთითა.

Youtube Data Viewer ფუნქციის გამოყენების შემთხვევაში დავადგენთ, რომ ქიმიური თავდასხმის ამსახველი ვიდეოების რეალური ატვირთვის დრო 21 აგვისტოა.

რატომ მიუთითა Youtube-მა თარიღად 20 აგვისტო?

Youtube ვიდეოებს ატვირთვის დაწყების მიხედვით, კალიფორნიის დროით ავტომატურად ათარიღებს. რადგანაც კალიფორნია სირიაზე 10 საათით უკან არის, ქიმიური თავდასხმის ამსახველი ვიდეო Youtube-მა წინა დღით დაათარიღა.

წყარო: AMNESTY INTERNATIONAL

იმისათვის, რომ გავიგოთ, აღნიშნული ვიდეო კიდევ რომელ ქსელებში გავრცელდა, შეგვიძლია გამოვიყენოთ გუგლის დამატება - Storyful Multisearch (მუშაობს მხოლოდ Google Chrome-ზე). ეს აპლიკაცია ვიდეოს უნიკალური კოდის მეშვეობით სხვა სოციალურ ქსელებში დაძებნის შესაძლებლობას იძლევა. ამისთვის, მონიშნეთ ვიდეოს უნიკალური კოდი, რაც 2 გზით შეგიძლიათ:

1. ბმულში ტოლობის ნიშნის (=) და ამპერსანდს (&) შორის სიმბოლოების მონიშვნით;
2. ან წილადის ნიშნის (/) შემდეგ ბმულის ბოლომდე ყველა სიმბოლოს მონიშვნით.

ჩასვით მონიშნული ვიდეოს უნიკალური კოდი Storyful Multisearch-ის გრაფაში და დაძებნეთ სასურველი ინფორმაცია.

2. გადაამოწმეთ წყარო

ვიდეოს წარმომავლობის დადგენის შემდეგ, მნიშვნელოვანია მოვიძიოთ ინფორმაცია ვიდეოს ამტვირთველის შესახებ. ეს შეკითხვები დაგეხმარებათ შესაბამისი ინფორმაციის მოგროვებაში.

1. ნაცნობია, თუ არა ეს მომხმარებელი? ყოფილა თუ არა სანდო მის მიერ წარსულში ატვირთული ვიდეოები?
2. სად არის დარეგისტრირებული?
3. სად არის ბაზირებული?
4. არის, თუ არა მისი ვიდეოები ატვირთული ძირითადად ერთი სპეფიციკური ადგილიდან?
5. თარიღდება, თუ არა ვიდეო?
6. აქვს, თუ არა ვიდეოს დართული ლოგო?
7. არის თუ არა მის მიერ ატვირთული ვიდეოები ერთი ხარისხის?
8. აქვს თუ არა ვიდეოების სათაურებს ფორმატის სახელები? მაგალითად, .AVI, .MP4. (ამით ვიგებთ, რომ ვიდეო პირდაპირ მობილურიდან არის ატვირთული).

ამ შეკითხვებზე პასუხის გაცემით ვიქმნით ფართო სურათს წყაროს შესახებ, ვიგებთ ინფორმაციას მისი ონლაინ ისტორიის შესახებ. ამისთვის საჭიროა გავიგოთ, თუ რომელ სხვა სოციალურ ქსელებში აქტიურობს ეს მომხმარებელი. (იხ. თემა 7: როგორ მოვახდინოთ პიროვნების იდენტიფიცირება).

3. გადაამოწმეთ ვიდეოს შინაარსი

ვიდეოს ატვირთვის დროისა და მისი ამტვირთავის შესახებ ინფორმაციის შემდეგ, საჭიროა გადავამოწმოთ უშუალოდ ვიდეოს შინაარსი. ამისათვის, უნდა დავადგინოთ ადგილმდებარეობა და ვიდეოში მონაწილე პირების ვინაობა.

ა. ადგილმდებარეობა

ამისთვის, ყურადღება მიაქციეთ ისეთ დეტალებს და გამორჩეულ ნიშნებს, როგორიცაა **ქუჩის დასახელება, შენობა, ეკლესია, მეჩეთი, ხეების განლაგება, მთათა სისტემა, ხიდი, მანქანის სანომრე ნიშანი** და სხვ. ამის შემდეგ, ამ ადგილის გადამოწმება სატელიტიდან გადაღებულ ფოტოებზეა შესაძლებელი. არსებობს 5 სასარგებლო რესურსი, რომლებიც ადგილის გადამოწმებაში დაგეხმარებათ. ესენია: Google Maps, Google Earth, WikiMapia, Open StreetMap, GeoNames.

ეცადეთ, რომ ამ პროგრამებში შეხედოთ მოცემულ ობიექტებს იმ კუთხიდან, რა რაკურსითაც არის ვიდეო გადაღებული.

ბ. ვიდეოში მონაწილე პირების ვინაობა

ყურადღება მიაქციეთ რესპონდენტებს და მათი განცხადებების შინაარსს: ამტკიცებს, თუ არა ის ჟურნალისტის კონკრეტულ მოსაზრებებს, თუ ის ზოგადად საუბრობს საკითხზე? (რომელსაც მას მედია შემდეგ საკუთარი ინტერესებისთვის იყენებს).

მაგალითი 9: NTB-ს ვიდეომანიპულაცია

2014 წლის 6 მაისს NTB-ს ეთერში გავიდა სიუჟეტი "Бизнесмены подарили ополченцам роскошную прогулочную яхту и «кукурузник» (ბიზნესმენებმა მილიციელებს?? მდიდრული სასეირნო იახტა და „კუკურუზნიკი" აჩუქეს), სადაც წამყვანი გვიყვება ისტორიას ორ ბიზნესმენზე, რომლებმაც ოდესის დაცვის მიზნით მილიციელებს სასეირნო იახტა და პატარა თვითმფრინავი გადასცეს. იახტის კადრის ფოტოების საძიებო სისტემის მოძიების შემდეგ დადგინდა, რომ საუბარი

იყო იახტაზე Azimut 46, რომლის დაქირავებაც ნებისმიერ პირს საათში $450-ად შეუძლია. რაც შეეხება თვითმფრინავს, ინსტრუქტორი მხოლოდ პასუხს სცემდა შეკითხვებს თვითმფრინავებისა და პარაშუტით ხტომის ზოგადი წესების შესახებ და სხვა ინფორმაცია კონკრეტულ ინციდენტთან დაკავშირებით მედიისთვის არ მიუწოდებია. მოგვიანებით, მან ამის საპასუხოდ ვიდეო მიმართვაც გაავრცელა.

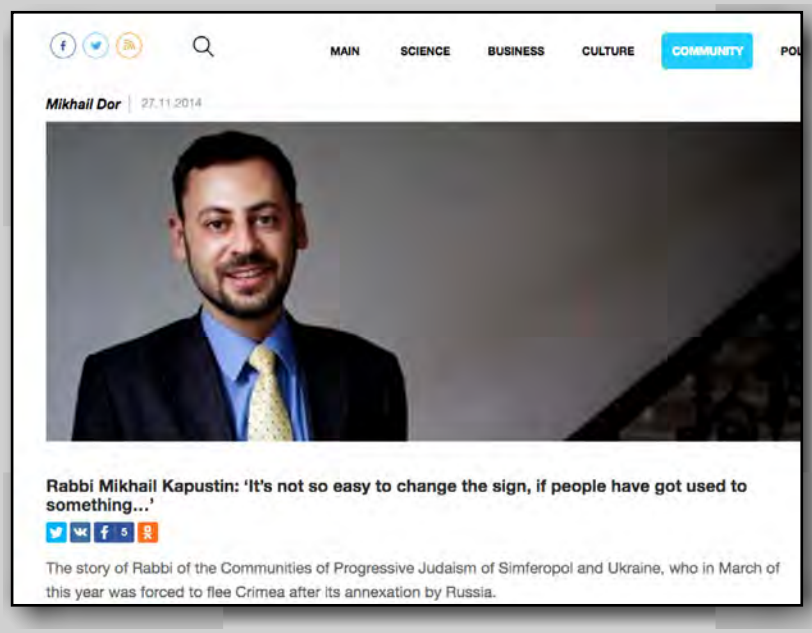
წყარო: STOPFAKE.ORG

მაგალითი 10: RT-ს ვიდეო მანიპულაცია

2014 წლის 15 მარტს Russia Today-ს ეთერში გავიდა სიუჟეტი, რომლის მიხედვითაც, ებრაელი ხალხი უკრაინის მთავრობის ანტი-სემიტიზმის გამო კიევს ტოვებს.

ჟურნალიტმა აჩვენა ის კადრიც, თუ როგორ ალაგებს ნივთებს რაბი მიჰაილ კაპუტსინი და ამბობს, რომ ის მოსალოდნელი საფრთხის გამო ვალდებულია გაიქცეს.

თუმცა, თუ დააკვირდებით მის საუბარს, მოისმენთ, რომ ის არ აკონკრეტებს, რომელი მხარის ეშინია. ვიდეოს გადამოწმების ზემოთ ჩამოთვლილი ტექნიკების გამოყენებით დადგინდა, რომ ის არ არის კიევის სინაგოგის რაბი, არამედ სიმფეროპოლში მსახურობს. მან მანამდე საჯაროდ მოითხოვა ყირიმის და ზოგადად უკრაინის რუსეთისგან დაცვა. ახლა კი ის ყირიმს ახალი რუსული მთავრობის გამო ტოვებს.



წყარო: STOPFAKE.ORG

კარგად დააკვირდით მოწმეებსა და რესპონდენტებს. ხომ არ გინახავთ ისინი მანამდე სხვა სტატუსით?

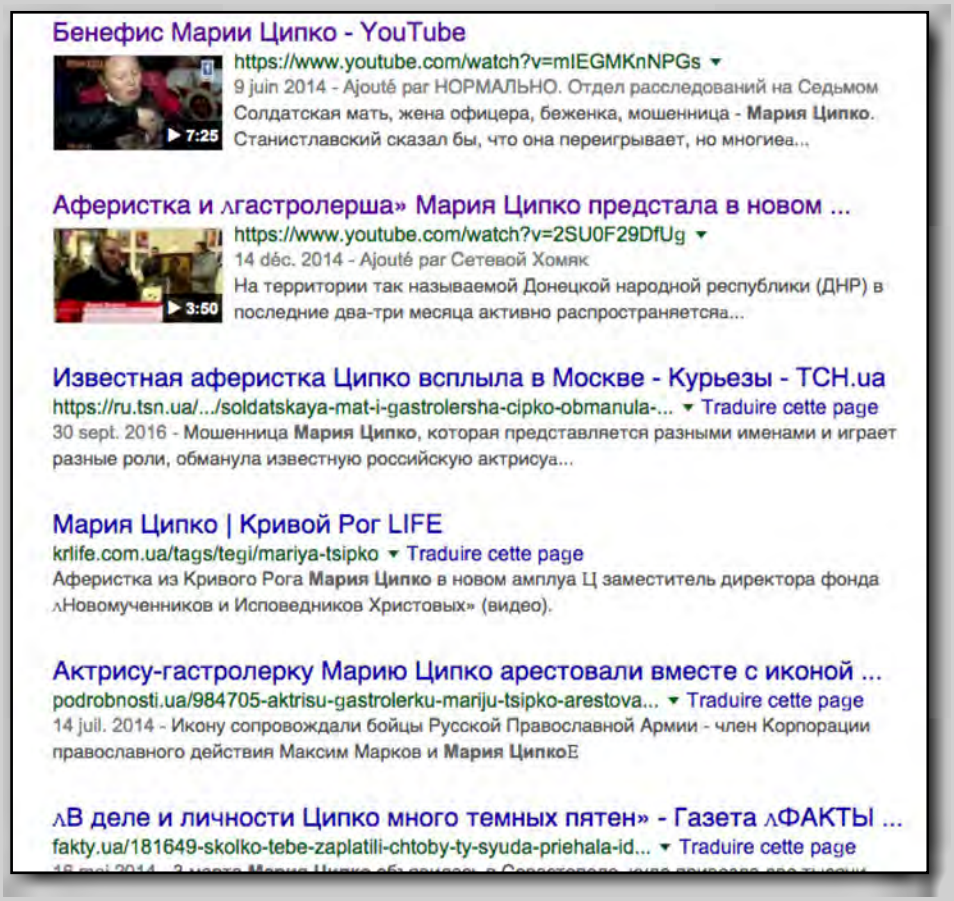
მაგალითი 11: დაქირავებული დეზინფორმატორი

ცნობილი „მოგზაური“ მარია ტსიპკო რეგულარუად აძლევს ინტერვიუს მედიის წარმომადგენლებს სხვადასხვა სახელით.

ვიდეოში მოცემულია კადრები, რომლებიც მოსკოვში ჩატარებულ რეფერენდუმზე არის გადაღებული. რეფერენდუმი დონეცკისა და ლუგანსკის რეგიონების უკრაინისგან გამოყოფას ეხებოდა. მარია ციპკომ ჟურნალისტებს რეფერენდუმის ორგანიზატორად გააცნო თავი. მისი თქმით, ის ლუგანსკში ცხოვრობს და მოსკოვში რეფერენდუმის ორგანიზებისთვის ჩავიდა.

ვინ არის მარია ციპკო და გვინახავს თუ არა ის მანამდე?

ინტერნეტ სივრცეში მის შესახებ ინფორმაციის ძებნის შედეგად გაირკვა, რომ მარია ციპკო უკვე იდენტიფიცირებულია სხვადასხვა მედიის მიერ, როგორც კრემლის მიერ დაქირავებული დეზინფორმატორი.



დამატებითი ძიებისას მარია ციპკოს მონაწილეობით სხვა ვიდეომასალასაც აღმოვაჩენთ. ის სხვადასხვა როლს ირგებს და სხვადასხვა ადამიანის სახელით წარსდგება ჟურნალისტების წინაშე.

ქვემოთ მოცემულ კადრში მარია ციპკო ფონდ "новомучников и исповедников христовых" დირექტორის მოადგილედ გვევლინება. აღსანიშნავია, რომ ამ შემთხვევაში მას გვარი შეცვლილი აქვს და მარია ვიკინას სახელით ესაუბრება ჟურნალისტს. სიუჟეტი ზემოთხსენებული ფონდის მიერ ორგანიზებულ ფოტო გამოფენაზე მოგვითხრობს, რომელიც რუსეთში მორწმუნეთა ცხოვრებას და მოღვაწეობას ასახავს.

წყარო: STOPFAKE.ORG

4. თარიღის გადამოწმება

ვიდეოს ვერიფიკაციის მე-4 ნაბიჯი თარიღის გადამოწმებაა. თარიღის გადამოწმების 3 სასარგებლო რესურსი არსებობს: Wolfram Alpha, Time Zone Converter, SunCalc.

WolframAlpha – გვთავაზობს ამინდის შესახებ ინფორმაციას კონკრეტულ დროში. მისი გამოყენებით, შეგვიძლია გადავამოწმოთ, თუ რა ამინდი იყო იმ დროს, რომლითაც ვიდეოა დათარიღებული. ეს საშუალებას მოგცემთ დაადგინოთ, ემთხვევა თუ არა ვიდეოში მოცემული ამინდი რეალურ ამინდს. ამინდის დასადგენად დააკვირდით ასევე ვიდეოში მონაწილე ადამიანების ჩაცმულობას.

Time Zone Converter – დაგეხმარებათ დაადგინოთ დრო თქვენთვის საინტერესო ადგილას სასაათო სარტყელების მიხედვით.

SunCalc – მზის პოზიციის, ფაზებისა და მოძრაობის დასადგენად გამოგადგებათ, რომელიც დაგეხმარებათ ამინდის დადგენაში.

მაგალითი 12: ვიდეო მანიპულაცია ორგანოებით ვაჭრობაზე

2016 წლის 21 აგვისტოს, საინფორმაციო-ანალიტიკურმა პორტალმა „ექსკლუზივ ნიუს"-მა გამოაქვეყნა ვიდეო სათაურით: „სკანდალური ვიდეო სანდრა რულოვსის საქმიანობაზე". ვიდეოს თან ერთვოდა მოკლე აღწერა, რომ ვიდეო გავრცელებულია უკრაინის სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურის უფროსის მიერ, სადაც დეტალურად არის ასახული როგორ ვაჭრობს ადამიანის ორგანოებით სანდრა რულოვსი.

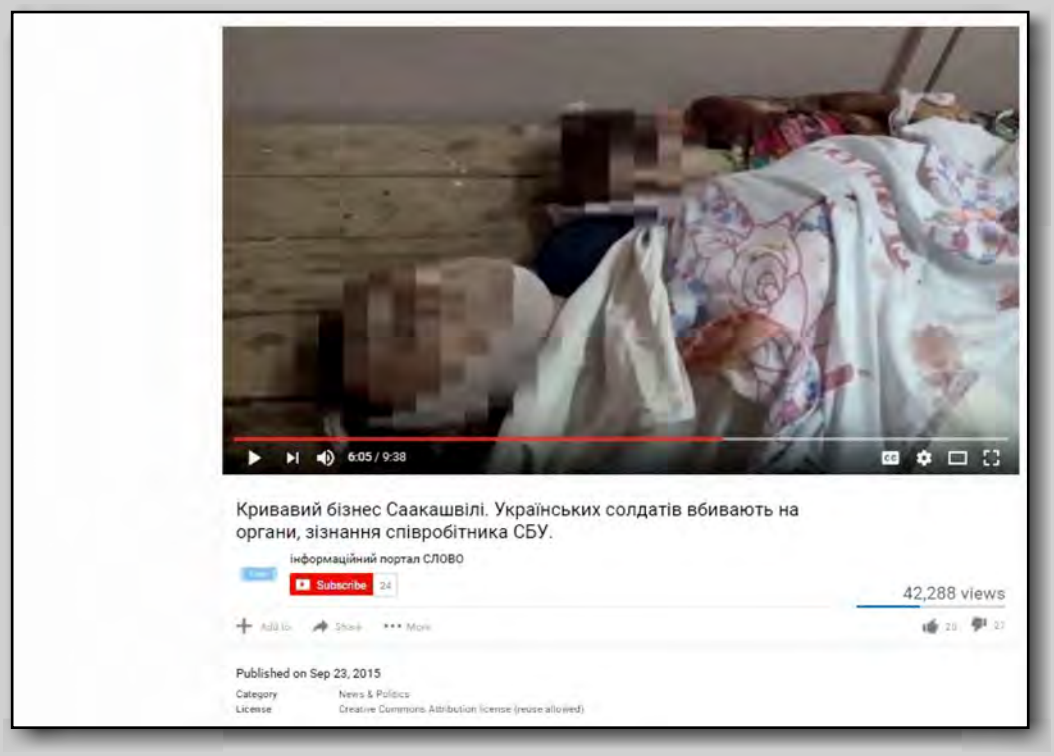
„ექსკლუზივ ნიუსის" მიერ მითითებული ვიდეო 2015 წლის 23 სექტემბერს საინფორმაციო სააგენტო СЛОВО-ს (SLOVO.net.ua) იუთუბის ოფიციალურ არხზეა ატვირთული. ვიდეოს გადამოწმების შედეგად გაირკვა, რომ ვიდეო 2015 წლის 5 ნოემბერსაც აიტვირთა სახელწოდებით КРОВАВЫЙ БИЗНЕС НА ДОНБАССЕ, მომხმარებელ გენადი პესკოვის მიერ.

ვიდეოში უცნობი პიროვნების გარდა რამდენიმე ადგილას ჩანს კადრები, რომლებიც ასახავს დაღუპულ ადამიანებს და ასევე ოპერაციებს, ადამიანების ორგანოებს.

მაგ. 7:05 წუთზე, ნაჩვენებია კადრი:

იგივე კადრი გვხვდება საინფორმაციო ანალიტიკური პორტალის „Юго-ВОСТОК“-ის მიერ 2015 წლის 4 ივნისით დათარიღებულ სტატიასა და ვიდეოში. „Юго-ВОСТОК“-ის სიუჟეტი ასახავს უკრაინის შეიარაღებული ძალების 4 დაღუპული ჯარისკაცის ეგსჰუმაციას და უკრაინის ტერიტორიაზე გადაგზავნას დნეპროპეტროვსკის მორგში იდენტიფიკაციისთვის.

6:07 წუთზე ვიდეოში ნაჩვენებია გარდაცვლილთა დაფარული კადრები, უცნობი პირი კი ამბობს, რომ ორგანოებს სამოქალაქო პირებისგან მოიპოვებდნენ. მაგალითად, თირკმელები და ნაღვლის ბუშტი ამოაჭრეს 12 წლის გოგონას და მის მამას (უცნობი პირი მამის სახელსა და გვარსაც ასახელებს – ვლადიმერ ლიაშენსკი და ამბობს, რომ მას პასპორტი ქურთუკში ედო).



აღნიშნული კადრი, წარმოადგენს ვიდეოს ფრაგმენტს, რომელიც იუთუბზე 2014 წლის 9 აგვისტოს აიტვირთა მომხმარებლის „Диванный партизан“-ის მიერ.

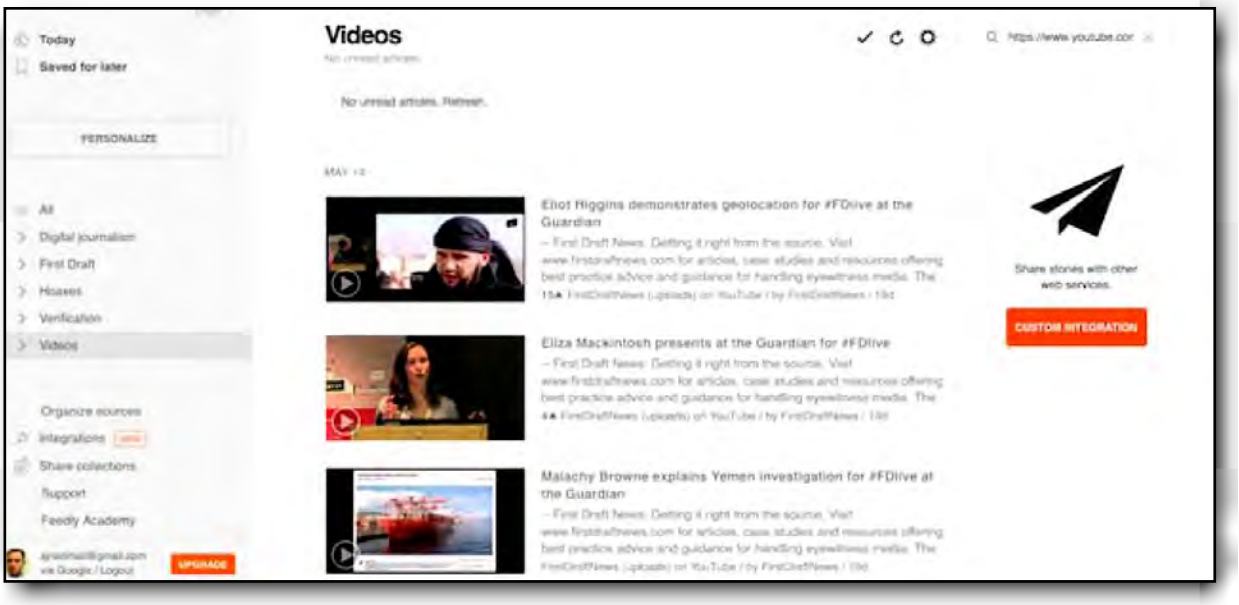
ანალოგიური კადრების შემცველი ვიდეო მოგვიანებით 2015 წლის 5 მაისსაც აიტვირთა საინფორმაციო პორტალ Hunternews-ის მიერ სათაურით: Трупы детей, убитых украинскими карателями Луганск 18+.

წყარო: მითების დეტექტორი

10 YOUTUBE-ის ვიდეოს პოვნისა და გადმოწერების 5 გზა

Feedly.com

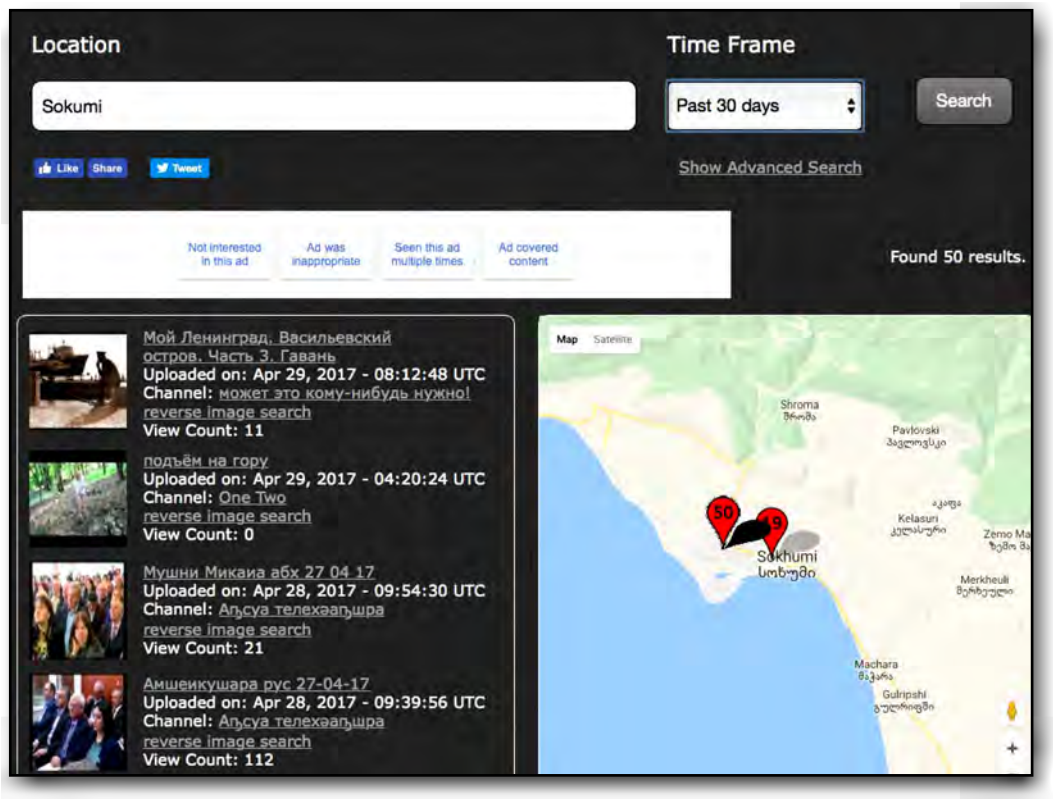
Feedly არის RSS-ის (Rich Site Summary) ანუ საიტზე გამოქვეყნებული სიის წამკითხავი პორტალი, plug-in-ითა და მობილური აპლიკაციით, რომელსაც აქვს შესაძლებლობა Youtube არხები ბლოგების ან ვებ-გვერდების მიხედვით მოძებნოს და დააჯგუფოს.



ტვიტერის და ფეისბუკის ინტერესების ნუსხის მსგავსად, ამ გვერდზეც შესაძლებელია სანდო არხების ერთად ორგანიზება შესაბამის ამბავთან მიმართებით და ახალი ვიდეოს ატვირთვის შემთხვევაში, რეგულარული განახლების მიღება.

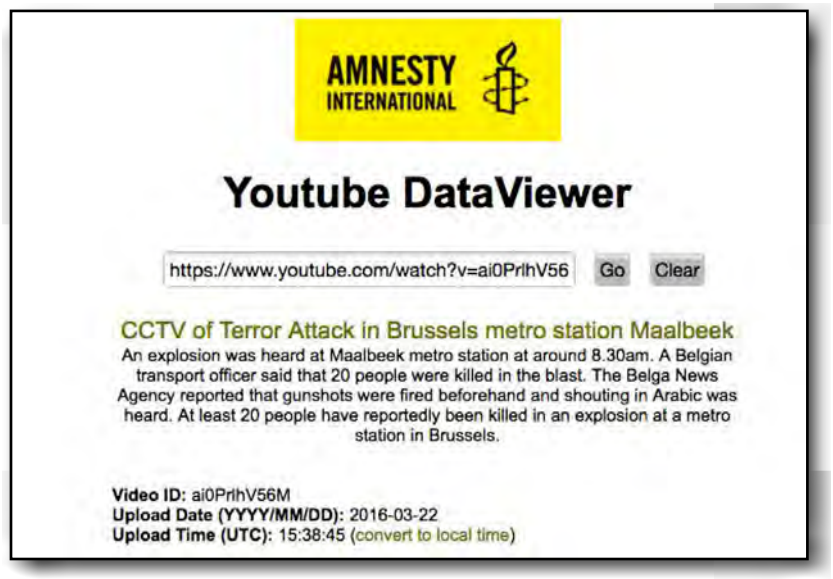
YouTube Geosearch.com

აღნიშნული პროგრამა ვიდეოს ლოკაციისა და დროის მიხედვით ძებნის შესაძლებლობას იძლევა. ამასთანავე გახსოვდეთ, იმისდა მიუხედავად, რომ ვიდეოზე სპეციფიკური ლოკაცია არის დათაგული და ის განსაზღვრულ დროს არის ატვირთული, არ ნიშნავს, რომ თავად ვიდეოს შინაარსი იმ დროისა და ადგილის შესატყვისია. შესაბამის გრაფაში თქვენთვის საინტერესო ადგილისა და დროის მონაკვეთის მითითებით სასურველი მასალის მოძიებაა შესაძლებელი, გაფართოებული ძიება კი საკვანძო სიტყვების მეშვეობით დამატებითი მონაცემების მოძიების შესაძლებლობას იძლევა.



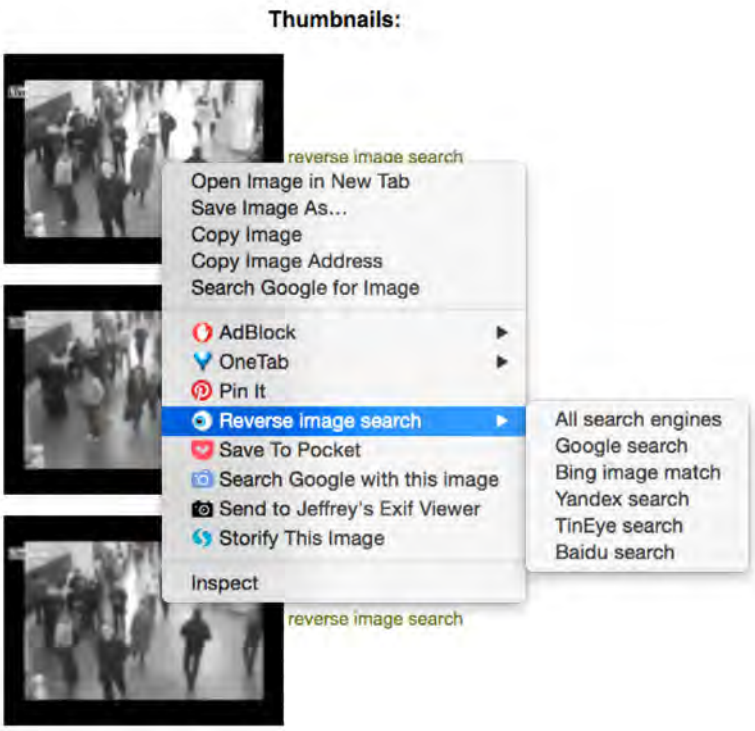
YouTube Data Viewer

ვიდეოს შესახებ მეტა მონაცემების მისაღებად, გამოიყენეთ Amnesty International-ის პროგრამა Youtube Data Viewer, რომელიც ვიდეოს ბმულის მითითების შემთხვევაში, გვაწვდის ინფორმაციას ატვირთვის საათისა და თარიღის შესახებ. პროგრამა ასევე გვთავაზობს კადრების შემცირებულ გამოსახულებას (Thumbnail), რაც გუგლის ფოტოების საძიებო სისტემისთვის არის საჭირო. პროგრამა სასარგებლოა, როცა ვიდეოს პირველად ატვირთვის დროის დადგენაა საჭირო, Thumbnail-ის იმიჯების შერჩევა კი დაგეხმარებათ გაარკვიოთ, კიდევ სად მოხდა მსგავსი კადრების გამოყენება.



სურათზე: Youtube Data Viewer ბრიუსელში, მაალბეკზე მომხდარი ტერორისტული აქტის ვიდეოების ანალიზისთვის იქნა გამოყენებული.

The Chrome-ის პროგრამა RevEye, გამოსახულების ძიების საუკეთესო საშუალებაა, ვინაიდან ის შესაძ-ლებლობას გვაძლევს, რომ კადრი მსოფლიოს მასშტაბით მრავალ მონაცემთა ბაზას დავუკავშიროთ: Google, Yandex, Bing და Baidu.



RevEye საძიებო არეალის გაფართოვებაში დაგვეხმარება.

Frame by Frame for YouTube

ყალბი ვიდეოების უმეტესობა ძალიან შორს არის სრულყოფილებისგან და ყურადღებით დაკვირვებამ ზოგჯერ შესაძლოა, მცირედი ხარვეზი გამოავლინოს. მაგალითად, ისეთი ცნობილი ფაბრიკაცია როგორიცაა „ოქროსფერი არწივი ბავშვს იტაცებს[1]", Frame by Frame ანალიზის შედეგად იქნა მხილებული.

Frame by Frame – ბრაუზერის გაფართოვებული ვერსიაა, რომელიც ვიდეოს ნახვის დროს კონტროლის დამატებითი ფენის დამატების მეშვეობით, საშუალებას იძლევა, ყურების დროს სიჩქარე ვარეგულირო ან კადრებზე კლავიატურის გამოყენებით, ხელით ვიმუშავოთ.

[1] https://www.youtube.com/watch?v=CE0Q904gtMI

ტროლები 11

ტროლი ესაა პიროვნება, რომელიც კამათის პროვოცირებით ან აგრესიის გამოვლენით ონლაინ სივრცეში უთანხმოებას იწვევს. ამ მიზნით, ტროლი პოსტავს პროვოკაციულ, არათემატურ მესიჯებს საინფორმაციო ჯგუფებში, Chat-Room-ებში, ფორუმებზე, ბლოგებზე. ის მომხმარებლების/მკითხველების ემოციურ პროვოცირებას ახდენს და ხელს უშლის რაიმე თემაზე ჯანსაღი დისკუსიის წარმართვას.

ჰიბრიდული ტროლი (Hybrid Trolls) – კლასიკური ტროლისგან იმით განსხვავდება, რომ ის კონკრეტული მესიჯებისა და იდეოლოგიის გავრცელებისთვისაა დაქირავებული. ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციების ცენტრი პრორუსულ ტროლებს სწორედ ამ ტერმინით მოიხსენიებს. ჰიბრიდული ტროლი მოქმედებს კონკრეტული მიმართულებით, სახელმწიფოს ან სახელმწიფო ინსტიტუტის დაქვემდებარებაში.

როდის იყენებენ ტროლებს?

ტროლების პრობლემის აქტუალობა სახელმწიფო და არასამხედრო აქტორების მიერ კონფლიქტებში სოციალური მედიის გამოყენებამ განაპირობა. სოციალურ მედიას შემდეგი მიზნების მიღწევისთვის იყენებენ:

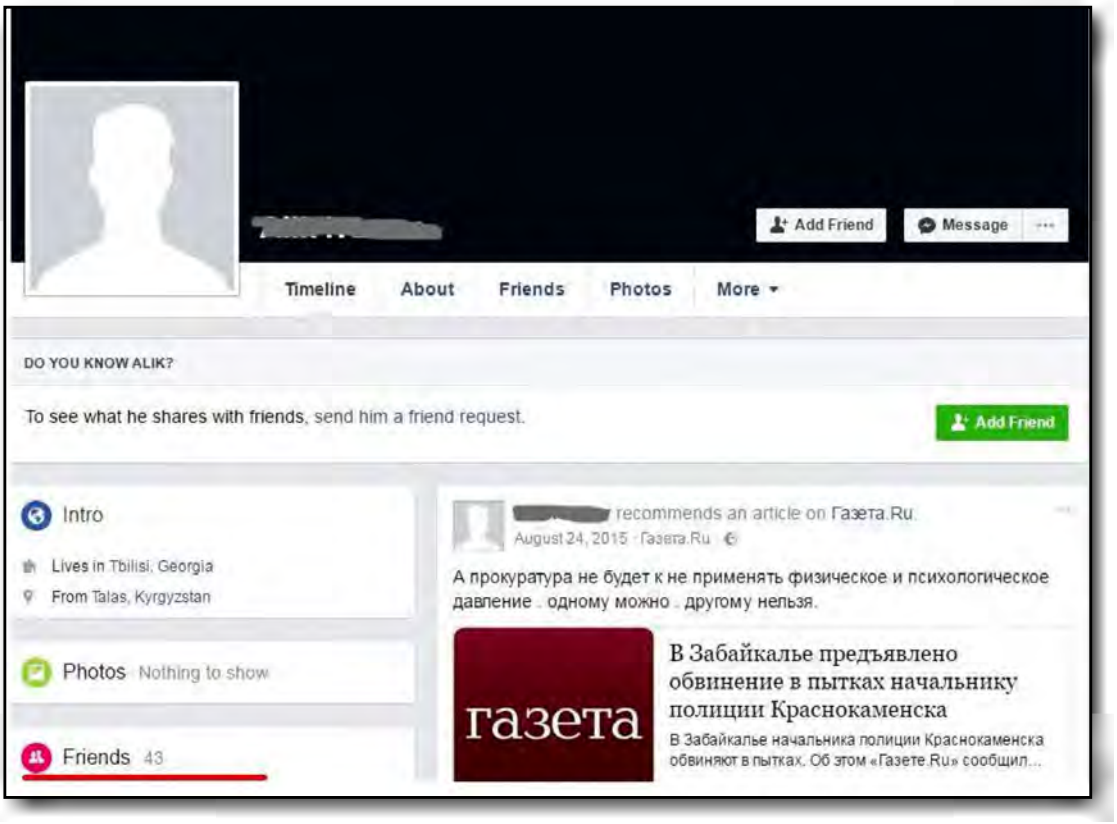
- მხარდაჭერის მოპოვება საზოგადოებაში;
- ახალი წევრების რეკრუტირება (მაგ. ალ-ყაედას სტრატეგია, ISIS);
- მოწინააღმდეგის მოტყუება და დაშინება;
- სადაზვერვო ინფორმაციის შეგროვება; ბრძანების გაცემა; კონტროლი

სახელმწიფო და არასახელმწიფო აქტორები ტროლებს იყენებენ ფსიქოლოგიურ (Psychological warfare) და ჰიბრიდულ (Hybrid Warfare) ომებში. ფსიქოლოგიური ომი გულისხმობს სამიზნე აუდიტორიის ღირებულებებსა და ფასეულობათა სისტემაზე, მათ აღქმებზე, ემოციებზე, მოტივებზე, მსჯელობაზე და იდეალურ ვარიანტში სამიზნე აუდიტორიის ქცევაზე გავლენის მოხდენას. **ჰიბრიდულ ომს** პოლიტიკური ანალიტიკოსები აფასებენ როგორც – რეგულარული ომის (სადაზვერვო და დივერსიული მეთოდების დამატებით) საინფორმაციო ომის და კიბერომის კომბინაციას.

როგორ ამოვიცნოთ ტროლი?

ტროლების ამოცნობისთვის რამდენიმე ფაქტორს უნდა მივაქციოთ ყურადღება:

- ვათვალიერებთ მომხმარებლის პროფილს. ტროლების უმრავლესობის პროფილზე განთავსებული **სურათების რაოდენობა** უმეტეს შემთხვევებში ძალიან მცირეა.
- ხშირად ტროლები პროფილის ფოტოდ სხვის ფოტოებს იყენებენ. ამის გამოსავლენად კარგი ხერხია გუგლის ფოტოების საძიებო სისტემის Google Image Search-ის გამოყენება. გადმოვტვირთოთ პროფილის სურათი და მოვძებნოთ საძიებო სისტემით.
- **განყოფილება About** – უმეტესწილად ტროლების პროფილები მათზე საკმაოდ მწირ ინფორმაციას გვაწვდის. ყურადღება მივაქციოთ დეტალებს რაც ისინი შესაძლოა ტროლის იდენტიფიცირებაში დაგვეხმაროს (მაგ. საცხოვრებელ ადგილად ხშირად მითითებულია აშშ).
- ტროლების უმრავლესობას **არ ჰყავს ბევრი მეგობარი.** თუ პროფილს ჰყავს ბევრი უცხოელი და მცირე ადგილობრივი მეგობარი, სავარაუდოდ ყალბ პროფილთან გვაქვს საქმე.



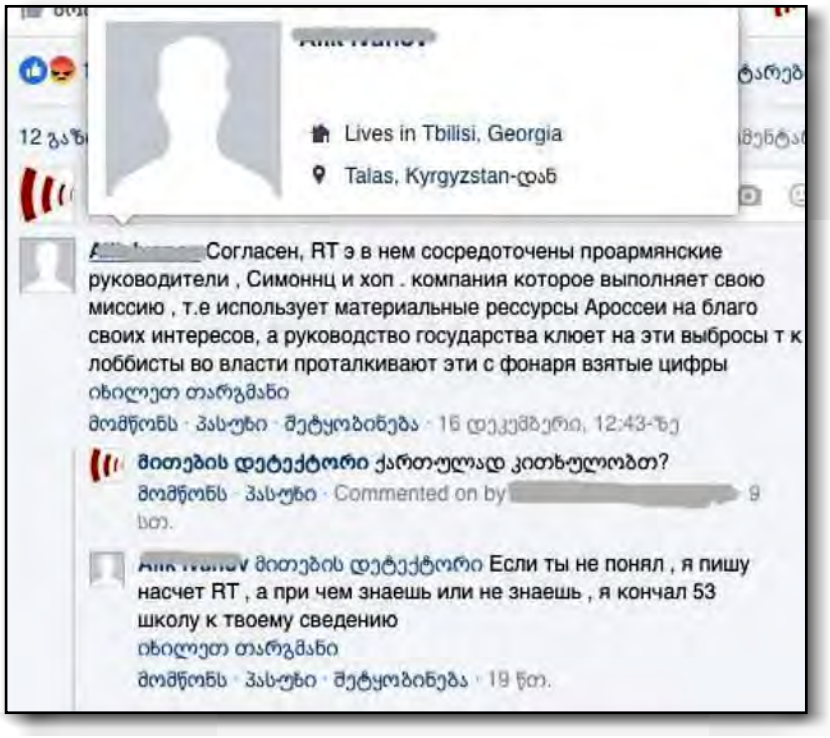
ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციების ცენტრის (NATO STRATCOM COE) გზამკვლევი პრორუსულ (ჰიბრიდულ) ტროლებთან საბრძოლველად

პირველი ნაბიჯი: პრორუსული ტროლის იდენტიფიკაცია

- პრორუსული ტროლი წერს გრძელ კომენტარებს.
- კომენტარები უმეტესწილად კონტექსტიდანაა ამოვარდნილი და სადისკუსიო თემატიკას არ ეხება.
- უთითებს კრემლისტური ვებსაიტების ბმულებს.
- კომენტარის ავტორი აგრესიულია. ტროლები არიან მუდმივად ერთ, რადიკალურ პოზიციაზე და ძირითადად კრემლისტური მედიის მესიჯებს ავრცელებენ.
- უკვე იდენტიფიცირებულია სხვა კომენტარების ავტორების მიერ როგორც ტროლი.
- თუ უკვე შეამჩნიეთ ერთი ჰიბრიდული ტროლი, სხვების აღმოჩენაც შეგიძლიათ – ისინი ძირითადად ჯგუფურად მუშაობენ.

მეორე ნაბიჯი: გადამოწმება

- დაუსვით შეკითხვა – ენის ბარიერის გამო ჰიბრიდულ ტროლებს პასუხის გაცემა უჭირთ.



- მოიძიეთ Google-ში სხვადასხვა პროფილზე გავრცელებული მსგავსი მესიჯი (დროის დიდი მონაკვეთის განმავლობაში ერთი და იგივე კომენტარი თუ ჩნდება სხვადასხვა თემატიკის სტატიების ქვეშ).

მესამე ნაბიჯი: მონიშვნა

- მონიშნეთ კომენტარით, რომ სხვა ინტერნეტ მომხმარებლებმაც მოახდინონ მისი იდენტიფიცირება.

მეოთხე ნაბიჯი: უგულვებელყოფა

- მნიშვნელოვანია, რომ ჰიბრიდულ ტროლთან საუბარში არ შეხვიდეთ.
- რაც უფრო შეხვალთ ტროლთან კონტაქტში, მით უფრო სანდოს შთაბეჭდილებას დატოვებს ის გამოუცდელი ინტერნეტ მომხმარებლების თვალში.
- რაც უფრო მეტ პასუხს მიიღებს ტროლი, მით მეტ „დაწკაპუნებას“ გამოიმუშავებს. ნეგატიური კომენტარებიც კი შეიძლება დაეხმაროს ტროლს მიზნის მიღწევაში.
- თქვენი ნებისმიერი რეაქცია შეიძლება მომავალში პროვოკაციის ასაგორებლად გამოიყენონ (პროპაგანდისტულმა არხებმა ნებისმიერი ამონარიდი შეიძლება განაზოგადონ, როგორც „რეალობის ამსახველი მოსაზრება“).

ტროლების ქარხანა რუსეთში

2015 წლის ივნისში ჟურნალისტისა და აქტივისტის ლიუდმილა სავჩუკის მიერ სასამართლოში ხელფასის გადაუხდელობის გამო შეტანილი საჩივრის შედეგად, სანკტ-პეტერბურგში არსებული **ინტერნეტის კვლევის სააგენტო,** იგივე „რუსული ტროლების ქარხანა“ გამოაშკარავდა. დაწესებულებაში 400-მდე თანამშრომელი მუშაობდა და კრემლის მესიჯებს სოციალურ ქსელსა და ინტერნეტ საიტებზე ანთავსებდა. სააგენტოს თანამშრომლები 12-საათიანი სამუშაო გრაფიკით მონაცვლეობით მუშაობდნენ და წერდენ ბლოგებს პლატფორმებზე “LiveJournal” და “ВКонтакте”. გარდა ბლოგებისა, ისინი ასევე ასრულებდნენ სხვადასხვა ტექნიკურ დავალებას, ტოვებდენ კომენტარებს რუსულ და უცხოური მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების მიერ გამოქვეყნებულ ახალ ამბებზე, ამონტაჟებდნენ ვიზუალურ

გამოსახულებებს ფოტოშოპის მეშვეობით. ლუდმილა სავჩუკის თქმით, თანამშრომლებს ინტერნეტში ვლადიმირ პუტინის მხარდამჭერი კომენტარების მასობრივი გავრცელებისათვის თვეში 750$-მდე უხდიდნენ. „ინტერნეტის კვლევის სააგენტოს“ მილიციის გადამდგარი პოლკოვნიკი ხელმძღვანელობდა და ორგანიზაცია დაფინანსებას ვლადიმირ პუტინის მეგობრის ევგენი პრიგოჟინის ჰოლდინგიდან Concord Catering-ი იღებდა. ოფიციალურმა კრემლმა განაცხადა, რომ სააგენტოსთან **არანაირი კავშირი არ აქვს**. პორტალ **СБИС-ის მონაცემებით** სანკტ-პეტერბურგში არსებული შპს „ინტერნეტის კვლევა“ 2015 წლის სექტემბრიდან ლიკვიდირებულია.

პრორუსული ტროლები – ფინეთი

ნატოს სტრატეგიული კომუნიკაციების ცენტრის მონაცემებით, ფინეთში პრორუსული ტროლების მიერ ყველაზე ხშირად განხილვადი თემა უკრაინაში განვითარებული მოვლენებია. პრორუსულმა ტროლებმა ინტერნეტ სივრცეში 2500 ზე მეტი ფოტო გაავრცელეს ჰაშთაგით #SaveDOnbassPeopleFromUkrArmy. მსგავსი ტიპის ფოტოების მეშვეობით პრორუსული ტროლები ცდილობდნენ გაევრცელებინათ და დაემკვიდრებინათ გზავნილი, რომ უკრაინული არმია არაჰუმანურია და კლავს ბავშვებს, ხოლო რუსეთის ჩარევა ამგვარ კრიზისულ სიტუაციაში აუცილებელია.

მარჯვენა ფოტოზე გამოსახული სცენა წარმოადგენს კადრს 2010 წელს გადაღებული ფილმიდან The Brest Fortress.

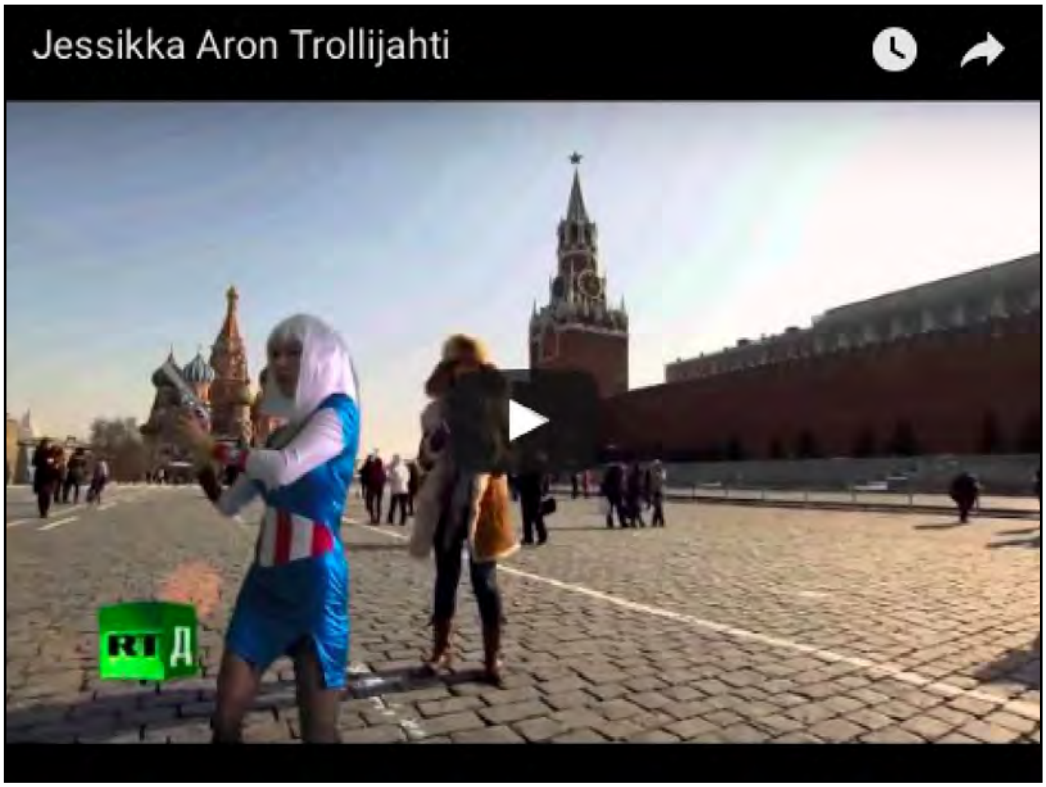
სცენა ფილმიდან The Brest Fortress.

ტროლები ფინელი ჟურნალისტის ჯესიკა აროს წინააღმდეგ

ფინელი გამომძიებელი ჟურნალისტი ჯესიკა არო, პრორუსი პროპაგანდისტების მიერ მის წინააღმდეგ აგორებული **ფართომასშტაბიანი დისკრედიტაციის** მსხვერპლი მას შემდეგ გახდა, რაც ჟურნალისტმა კრემლის ტროლების შესახებ **სტატიების** წერა 2014 წლის სექტემბერში დაიწყო.

ცნობილმა ფინელმა პროპაგანდისტმა იოჰან ბეკმანმა გაავრცელა ყალბი ინფორმაცია, თითქოს ჟურნალისტი აშშ-ს საგარეო დაზვერვისთვის მუშაობდა და ასევე თანამშრომლობდა ნატოსა და ესტონეთის უშიშროებასთან. იოჰან ბაკმანი რუსეთის პრეზიდენტის, ვლადიმირ პუტინის მიერ დაარსებული **„რუსული სტრატეგიული კვლევების ინსტიტუტის“** (RISS) ოფიციალური წარმომადგენელია სკანდინავიის ქვეყნებში. ინსტიტუტი კრემლის მიერ დაფინანსებული ორგანიზაციაა, რომელიც რუსეთსა და მის საზღვრებს გარეთ კრემლის პოლიტიკასა და ინტერესებს უწევს ადვოკატირებას.

მასობრივი ინტერნეტკამპანია ტროლების, ფეიკ-პროფილებისა და პრო-რუსული პროპაგანდისტების მონაწილეობით ჯესიკა არო გამოხატვის თავისუფლების ხელყოფაში სდებდა ბრალს. ჟურნალისტი ელექტრონული ფოსტით ასობით რუსულენოვან წერილს, სატელეფონო მუქარასა და შეტყობინებას იღებდა. ჟურნალისტის მადისკრედიტირებელი მეილები ეგზავნებოდათ ქვეყნის ხელისუფლების წარმომადგენლებს, პოლიტიკოსებს, ფინურ მედიასა და კოლეგებს სამსახურში. მაგალითად, ერთ-ერთი სატელეფონო მუქარა, რომელიც უკრაინული ნომრიდან განხორციელდა, მხოლოდ ტელეფონის ყურმილში ცეცხლსასროლი იარაღიდან გასროლის ხმით შემოიფარგლებოდა. ჟურნალისტს 20 წლის წინ გარდაცვლილმა მამამაც „მისწერა“ შეტყობინება, თითქოს „თვალყურს ადევნებდა“ შვილს. იუთუბზე პოპულარული გახდა ჯესიკა არობზე დაწერილი სიმღერა და ვიდეორგოლი, რომელიც მას ე.წ „რუსეთის ტროლების არმიის ჰიბრიდული ომის დეპარტამენტმა“ მიუძღვნა. ვიდეოში სპეციალურ კოსტიუმსა და პარიკში გამოწყობილი მსახიობი ჯესიკა არობს განასახიერებს, რომელიც „ნატოს ნდობით აღჭურვილი პირი“, „ამერიკის ტროლი“ და „ბონდის გოგონაა“ რუსული ტროლების და ვლადიმირ პუტინის წინააღმდეგ.



ჯესიკა აროს დამსაქმებელი ფინური სამაუწყებლო კომპანიის YLE-ს წინააღმდეგ რამდენიმე საჩივარიც კი იქნა გაგზავნილი ფინეთის საპარლამენტო ომბუდსმენთან ბრალდებით, რომ კომპანია „კანონს არღვევდა“. ომბუდსმენის მიერ ყველა საჩივარი უარყოფილია.

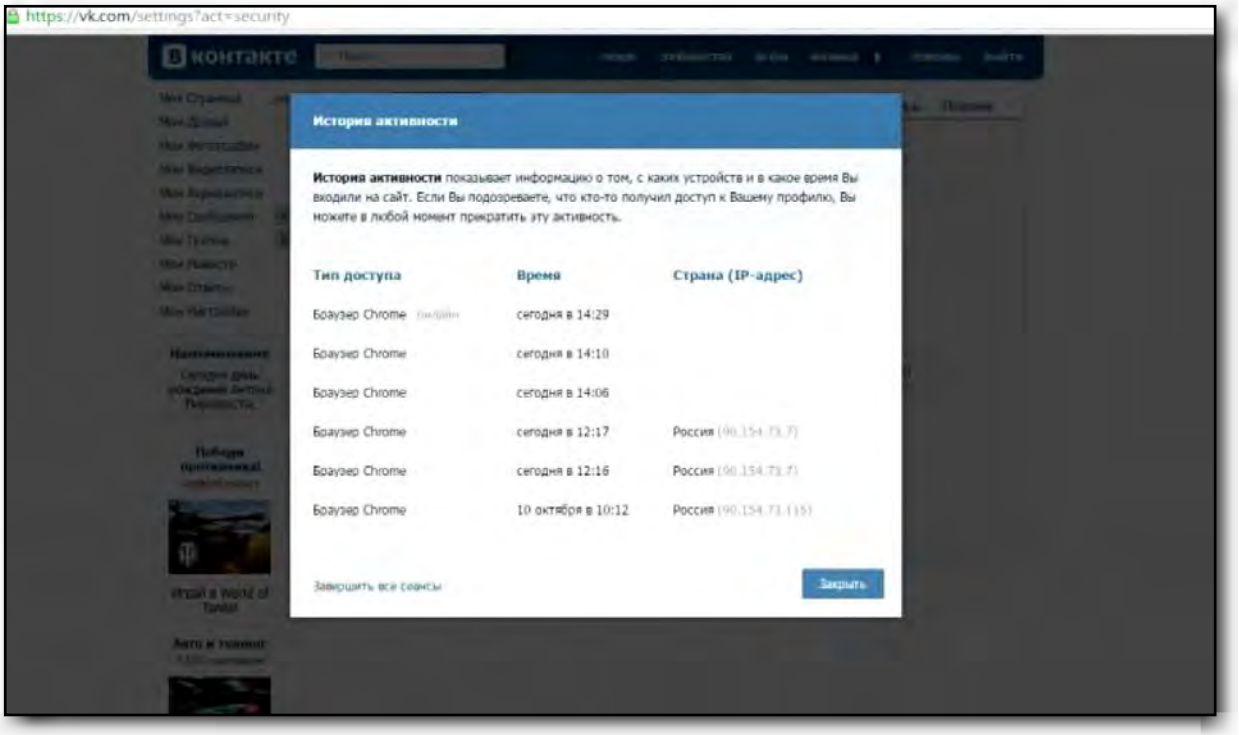
პრორუსული ტროლები – უკრაინა

უკრაინა – რუსული ტროლინგის ყველაზე თვალსაჩინო და ცენტრალური თემაა. ტროლინგი უკრაინაში ქვეყნის მიმართ რუსეთის გაცილებით ფართომასშტაბიანი ჰიბრიდული ომის სტრატეგიის ერთ ერთი ნაწილი იყო. 2015 წლის მარტში უკრაინის უსაფრთხოების სამსახურმა ოფიციალურად განაცხადა, რომ უკრაინის წინააღმდეგ მიმართული პროპაგანდისტული ძალისხმევის უკან რუსეთის ფედერალური უშიშროების სამსახური (FSB) იდგა. ეს მოიცავდა აქტივობებს სოციალურ მედიაში FSB-ს მიერ კონტროლირებადი ტროლების მეშვეობით.

პრორუსული ტროლების საქმიანობა უკრაინაში უკრაინის ეროვნულმა ახალი ამბების სააგენტომ UKRINFORM შეისწავლა.[3] სააგენტომ გამოავლინა მოსკოვიდან მართული 2000-მდე პროფილი სოციალურ მედიაში, რომლებიც ჩართულნი იყვნენ კამპანიაში „მესამე მაიდანი“. კამპანიას მეთაურობდა „დონეცკის სახალხო რესპუბლიკის“ ყოფილი მებრძოლი ნიკნეიმით სტეპან მაზურა.

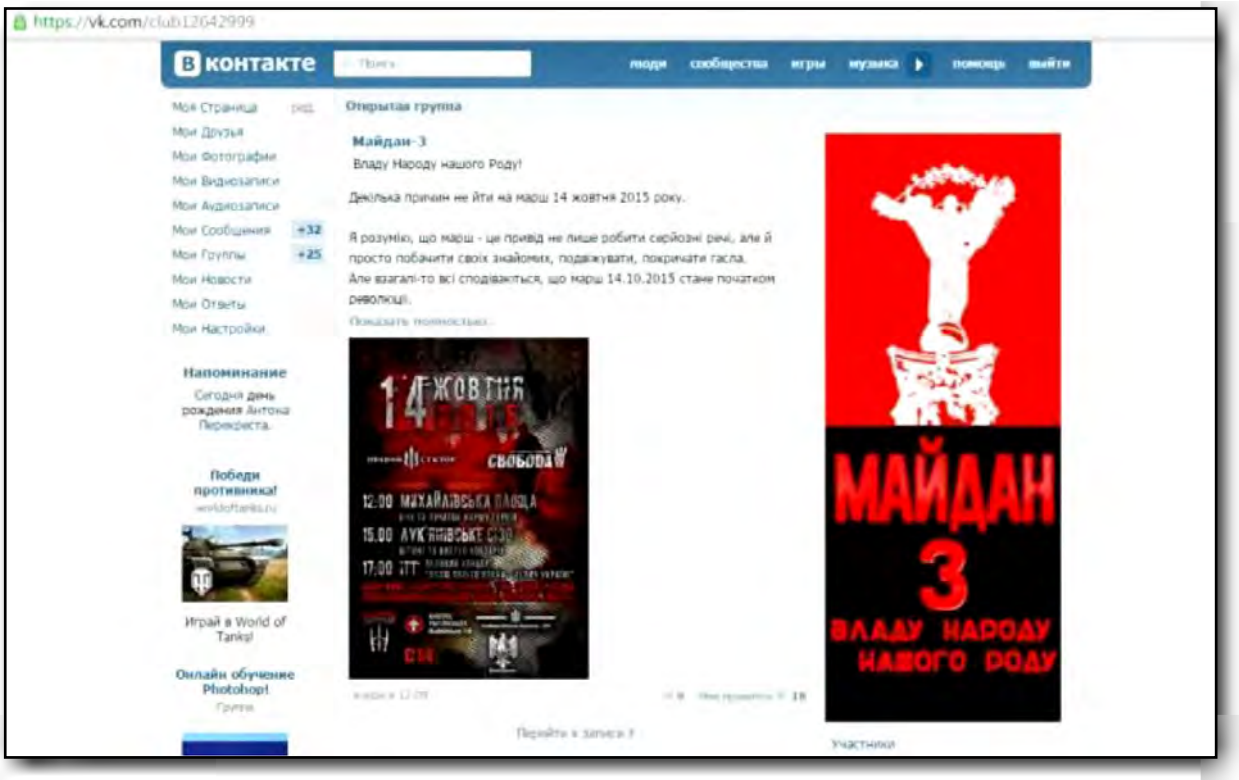
სტეპან მაზურას ფეისბუქის გვერდი

[3] Euromaidan Press, 2016. „რუსული ტროლების ფერმები უკრაინის მთავრობის დამამხობელი კამპანიის მიღმა“. http://bit.ly/2oppWcJ



სტეპან მაზურა-ს ანგარიშები, რომლებიც რუსული IP მისამართიდან იმართება

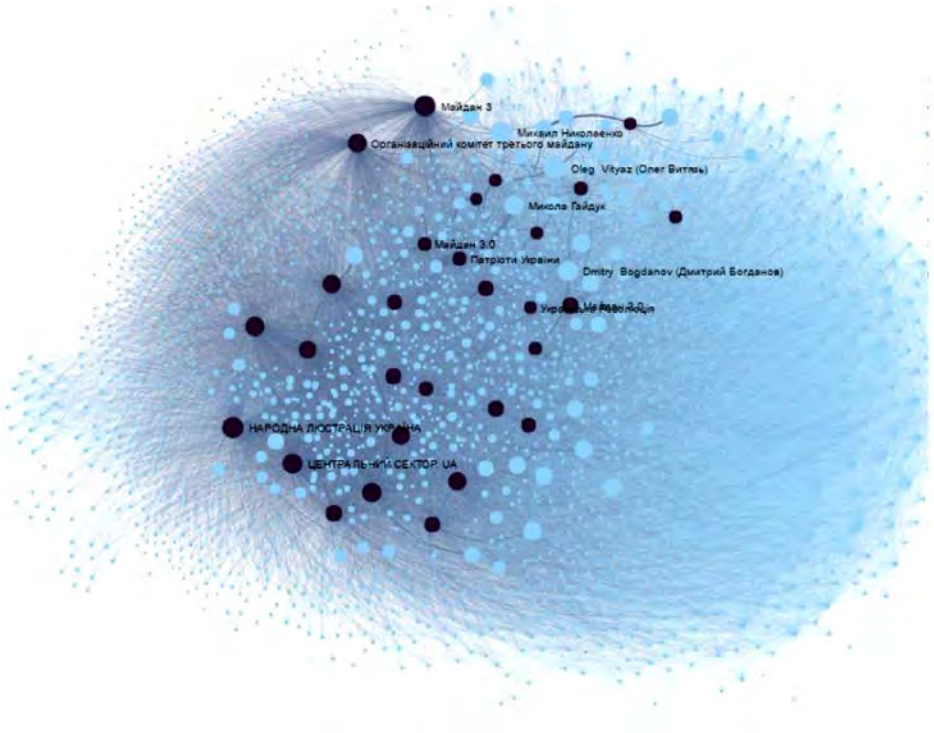
კამპანია „მესამე მაიდანი“: გულისხმობდა ხალხის ქუჩაში გამოყვანას, რათა ძალაუფლება გადასცე-მოდა ახალ მთავრობას, რომელიც აღარასდროს დაუშვებდა „მაიდანის გამეორებას“.



UKRINFORM-მა დაადგინა, რომ სტეპან მაზურა-ს IP მისამართი მოსკოვში იყო რეგისტრირებული და სინამდვილეში ის „დონეცკის სახალხო რესპუბლიკის“ ყოფილი მებრძოლი სერგეი ჟუკი იყო.

სერგეი ჟუკი (იგივე სტეპან მაზურა) დონეცკის თვითგამოცხადებული რესპუბლიკის ე.წ. თავდაცვის მინისტრ ედუარდ ბასურინთან ერთად

ამის შემდგომ სტეპან მაზურას პროფილები სოციალურ ქსელში გაქრა. თუმცა მოგვიანებით, ადმინის ფუნქციები ახალმა იუზერმა „მიკოლა ჰაიდუკ"-მა შეითავსა. უკრაინული პორტალის Texty.org.ua-ს ჟურნალისტებმა გააანალიზეს 29 სოციალური მედიის ჯგუფი, რომლის ადმინისტრატორები ან აქტიური იუზერები დაკავშირებული იყვნენ „სტეპან მაზურა"-სთან, ან იმ ჯგუფებთან (Facebook,Vkontakte) რომელთაც ის მართავდა. პროფილების უმეტესობა პროფესიონალი ტროლების მიერ იყო შექმნილი. ნაწილი კი ჩვეულებრივი ადამიანების მიერ, რომლებიც ჯგუფის მეშვეობით უმეგობრდებოდნენ ტროლებს. ქსელი 2000 მომხმარებელს მოიცავდა.



ტროლების ქსელის გრაფიკული გამოსახულება texty.org.ua-ს მიხედვით

ტროლები ჩინეთი

თუ რუსეთში ვლადიმირ პუტინი ინტერნეტში ტროლების მასიურ არმიას პოლიტიკური ოპონენტებისა და მისი კრიტიკოსების წინააღმდეგ იყენებს, ჩინეთში მთავრობის ტაქტიკა მნიშვნელოვნად განსხვავებულია. ჰარვარდის ახალი კვლევის მიხედვით, ჩინეთის მთავრობა ყოველწლიურად სოციალურ მედიაში 488 მილიონ ყალბ კომენტარს აქვეყნებს, რაც დაახლოებით ტვიტერის დღიური საერთო გლობალური მოცულობის ტოლია. ჩინეთში ამ პროპაგანდისტებს „50 ცენტიან პარტიას“ უწოდებენ, რადგან გავრცელებული ინფორმაციით, სოციალური მედიის თითოეულ პოსტში მათ 50 ჩინურ ცენტს უხდიან. რუსეთის ონლაინ პროპაგანდის ძალისხმევა კრიტიკოსთა მიმართ პერსონალურ თავდასხმებზეა მიმართული, ჩინური პროპაგანდის შემთხვევაში, აქცენტი უფრო ნაციონალიზმზე და კომუნისტური პარტიის რევოლუციურ წარსულზე კეთდება. კვლევის თანახმად, ჩინეთის ყველაზე დიდ საფრთხედ არა ქვეყნის გარედან მომდინარე პროცესი, არამედ საკუთარი მოსახლეობაა წარმოდგენილი – საფრთხის თავიდან აცილება კი არა პირდაპირი კონფრონტაციით, არამედ ყურადღების გადატანით ხდება.

WWW.MDFGEORGIA.GE
WWW.MYTHDETECTOR.GE