

ფრთხილად,
დეზინფორმაცია!

LS **D** RC



დეზინფორმაცია არის ინფორმაციის სახე, რომელიც შეიცავს განზრახ არასწორ, ცრუ ფაქტებს. ყალბი ახალი ამბავი არის პროპაგანდის შემაღვენელი ნაწილი და მისი განხორციელების ძირითადი ინსტრუმენტი.

რა მიზნით ვრცელდება დეზინფორმაცია?

დეზინფორმაცია, როგორც ტრადიციულ, ისე სოციალურ მედიაში, ძირითადად, ორი მიზნით ვრცელდება - ეკონომიკური სარგებლის მიღების ან პოლიტიკური გამორჩენის მიზნით.

პოლიტიკურ დეზინფორმაციას შესაძლოა ჰქონდეს შიდა პოლიტიკური მიზანი ან გარე აქტორების დაინტერესება, რასაც საინფორმაციო გავლენის აქტივობებს უწოდებენ.

ფინანსური სარგებლის მიღების მოტივით კი, უმეტესწილად, მოქმედებენ სარეკლამო კომპანიები, საწარმოები, ცნობილი ბრენდები და მათ შორის რიგითი ვებ-გვერდებიც. ამასთანავე, ციფრულმა ტექნოლოგიებმა გაზარდა ყვითელი ჟურნალისტიკის გავრცელების არეალი და სოციალური ზეგავლენა.

რა ფორმით ვხვდებით დეზინფორმაციას?

ყალბ ინფორმაციას სოციალურ თუ სხვა ტიპის მედიაში შეიძლება წავაწყდეთ შემდეგი ფორმებით:



♥ Clickbait (ე.წ. „კლიკსატყუარა“) - ეს არის ინფორმაცია, რომელიც შეგნებულად არის შეთხზული იმისთვის, რომ ვებ-გვერდმა ან ინფორმაციის გამავრცელებელმა სხვა სახის პლატფორმამ მოიზიდოს ვიზიტორები და ამ გზით პლატფორმაზე განთავსებული სარეკლამო შემოსავალი გაზარდოს. ამ ტიპის დეზინფორმაცია, ძირითადად, სენსაციური, უჩვეულო და დამაინტრიგებელი სათაურით შემოიფარგლება რომელიც, უმეტეს შემთხვევაში, არ შეესაბამება სიმართლეს. ამასთანავე, სათაურში აღნიშნული ინფორმაცია, როგორც წესი, სტატიის ძირითად ტექსტში არ არის გავრცობილი და დასაბუთებული;

♥ პოლიტიკური პროპაგანდა - ინფორმაცია, რომელიც შექმნილია აუდიტორიის შეცდომაში შესაყვანად, ემსახურება მიკერძოებულ პოლიტიკური შეხედულების გაზიარებას ან კონკრეტული პოლიტიკური დღის წესრიგის შექმნას;

- ♥ **სატირა/პაროდია** - ამ ტიპის დეზინფორმაცია შენიღბულია სატირული ან პაროდიული ჟანრით და ავრცელებს ინფორმაციას, რომელიც ხშირად დამატერებელი ხდება საზოგადოების გარკვეული ნაწილისთვის;
- ♥ **დაუდევარი ჟურნალისტიკა** - ჟურნალისტებმა შეიძლება გამოაქვეყნონ ინფორმაცია წყაროს შემოწმების გარეშე, რამაც შესაძლოა შეცდომაში შეიყვანოს აუდიტორია;
- ♥ **შეცდომაში შემყვანი სათაური** - ეს არის ინფორმაცია, რომელიც სრულად არ არის დეზინფორმაცია, თუმცა უკონტექსტოდ წაკითხულმა სათაურმა შესაძლოა შეცდომაში შეიყვანოს მკითხველი. ამ ტიპის ახალი ამბები, როგორც წესი, სწრაფად ვრცელდება სოციალური მედიის საიტებზე, სადაც მთლიანი სტატიის მხოლოდ სათაურები და მცირე ფრაგმენტებია ნაჩვენები აუდიტორიის სიახლეების ველში.

რა ფაქტორები უწყობს ხელს დეზინფორმაციის გავრცელებას?

მსოფლიოს მასშტაბით დეზინფორმაციის გავრცელებას ხელს უწყობს შემდეგი ფაქტორები:



- ♥ **ტექნოლოგიური განვითარებით გამოწვეული ინფორმაციის გავრცელების სიმაღტივე** - შესაძლებელი გახდა ინფორმაციის სრულიად უფასოდ გავრცელება ძალიან დიდი აუდიტორიისთვის;
- ♥ **რეგულაციების არ არსებობა** - დეზინფორმაციის წინააღმდეგ არ არსებობს კონკრეტული მექანიზმი, რომელიც წარმატებით შეაჩერებს მას. მიუხედავად სხვადასხვა ქვეყანასა და საერთაშორისო ორგანიზაციების ფორმატში მიმდინარე დისკუსიებისა, ამ ეტაპზე, მსოფლიოს არცერთ ქვეყანას არ აქვს დეზინფორმაციასთან ბრძოლის წარმატებული შედეგი და კოზიტიური გამოცდილება.

რა შედეგები მოსდევს დეზინფორმაციას?

დეზინფორმაცია პრობლემას ქმნის ყველა დონეზე. არანამდვილი ინფორმაციის გავრცელება განაპირობებს:

- ადამიანის ინფორმაციულ მონამვლას - ამ მოცემულობით, ადამიანები არასწორი ფაქტების საფუძველზე აკეთებენ მცდარ დასკვნებს და უყალიბდებათ შეუსაბამო დამოკიდებულება პერსონების, მოვლენებისა თუ პროცესების მიმართ.
- საზოგადოების ნიჰილიზმს - უნდობლობა და ეჭვი კი ანგრევს კავშირს მმართველებსა და მართულებს შორის, რაც, ცხადია, აფერხებს დემოკრატიულ პროცესებს. ნიჰილიზმი შესაძლოა გაჩნდეს, მათ შორის, საერთაშორისო ორგანიზაციების მიმართაც; ამ უკანასკნელის მაგალითია ანტიდასავლური და პრორუსული პროპაგანდა, რომელიც მიზნად ისახავს ევროპული და ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის მიმართ საქართველოს მოსახლეობის მხარდაჭერის შემცირებას;
- გარეშე მტრისთვის კომფორტულ პლაცდარმს - გარეპოლიტიკური ინტერესები კიდევ უფრო მეტ გასაქანს პოულობენ დეზინფორმაციის გზით ქვეყნის პოლიტიკური დღის წესრიგის შესაცვლელად;

როგორ ამოვიცნოთ ნამდვილი და ყალბი მომხმარებლები სოციალურ მედიაში?

სერტიფიცირებული და ლურჯ ნიშნისანი მომხმარებლები

სოციალურ ქსელ Facebook-ზე, Instagram-სა და Twitter-ზე ანგარიშის ლურჯი ნიშნით აღნიშვნა არის მომხმარებლის ავთენტურობის გარანტია.

თუმცა, სამწუხაროდ, ანგარიშების უმეტესობა არ არის აღნიშნული ლურჯი ნიშნით და მსგავსი ანგარიშების გადამოწმება საკმაოდ რთულია. ასეთ შემთხვევებში, შეგვიძლია ანგარიშის ნამდვილობა განვსაზღვროთ მისი გამზიარებლის რეპუტაციისა და სანდოობის შეფასების გზით.

ჰვარედინი დადასტურება ვებ-გვერდსა და სოციალური ქსელის ანგარიშს შორის

თუ სოციალური ქსელის ანგარიში არ არის დამოწმებული, მაგრამ ჩვენთვის ცნობილია, რომ კონკრეტული ოფიციალური ვებ-გვერდი მას თავისად აცხადებს, სოციალური ქსელის ეს ანგარიში სარწმუნოდ უნდა მივიჩნიოთ.

Facebook-ის შემთხვევაში შეგვიძლია შევამოწმოთ გვერდის შესახებ ინფორმაცია, ველების „ჩემ შესახებ“ და „გვერდის გამჭვირვალობა“ გამოყენებით.

„გვერდის გამჭვირვალობის“ (Page Transparency) ჩანართზე წვდომა შეგიძლიათ ნებისმიერი Facebook გვერდის ფუნქციური ველებიდან. აქვე შეგიძლიათ ნახოთ გვერდის ისტორია, როდის და რამდენჯერ შეეცვალა მას სახელი; რამდენი მომხმარებელი მართავს, რომელი ქვეყნიდან და ა.შ. ასევე გასათვალისწინებელია ფუნქციური ველი „ჩვენ შესახებ“, რომელშიც ხშირად „იმალება“ ანგარიშის სანდოობის გასაღები.

ეკრანის ანაბეჭდი (Screenshot) ყოველთვის არ არის სანდო



ეკრანის ანაბეჭდი შეიძლება იყოს სასარგებლო ინსტრუმენტი, მაგრამ არასდროს წარმოადგენს უდავო მტკიცებულებას, ვინაიდან მისი გაყალბებაც შესაძლებელია.

როგორ გადავამოწმოთ ფოტო და ვიდეო მასალის სანდოობა?

მინიშნებები:

ერთ-ერთი პირველი, რასაც აუცილებლად უნდა დავაკვირდეთ, არის სურათების, ვიდეოების ან აუდიო მასალის მინიშნებებისა და ინდიკატორების დაფიქსირება, რაც ხელს შეუწყობს გადამოწმების პროცესს. ეს შეიძლება იყოს ნაცნობი ადგილი, ქუჩა, სარეგისტრაციო სანომრე ნიშნები, წარწერა, ანბანი, ენა, მცენარეული ან ლანდშაფტური მოცემულობა, სეზონი, ამინდი, არქიტექტურა, ტანსაცმელი და ა.შ. მოცემული ინფორმაცია დაგეხმარებათ განსაზღვროთ რეალურია თუ არა მოწოდებული ინფორმაციის კონტექსტი.

საბელითური სურათები:

ვიზუალური მონაცემების შეგროვების შემდეგ, შესაძლებელია სატელიტური ხედების გამოყენება.

საკვანძო სიტყვები:

ზოგჯერ ადგილმდებარეობა და სიტუაცია შეიძლება „გადაითარგმნოს“ საკვანძო სიტყვებად, რათა საძიებო სისტემაში შეძლოთ პირველწყაროს დადგენა. სურათის ან ვიდეოს რევერსული ძებნისას უნდა გამოიყენოთ რაც შეიძლება მარტივი სიტყვები.

InVID არის AFP-ს მიერ შემუშავებული დანამატი, რომლის ჩასმა შესაძლებელია Chrome და Firefox-ში. მას ფუნქციების დიდი რაოდენობა აქვს. ფოტოების გამოყენებით, შეგიძლიათ თითქმის პირდაპირ აწარმოოთ სურათის საპირისპირო ძებნა Google-ით, Bing-ით, TinEye-ით, Baidu-ით და Reddit-ით. ის ასევე საშუალებას გაძლევთ შეაბრუნოთ ფოტო (სარკის ეფექტი), გააუმჯობესოთ გამოსახულების რეზოლუცია და ამოჭრათ კონკრეტული ნაწილი.

მეტამონაცემები (MetaData):

ფოტოს ან ვიდეოს ნამდვილობის შემოწმებისას მეტამონაცემები შეიძლება აღმოჩნდეს ძალიან გამოსადეგი. ეს არის მონაცემი, რომელიც ნებისმიერ ფაილს ახლავს და რომელსაც შეუძლია გვაჩვენოს თუ როდის შეიქმნა ინფორმაცია, შეიცვალა თუ არა, სად არის გადაღებული კადრი, რომელი ტექნიკით და ა.შ.

გაითვალისწინეთ, რომ სოციალური ქსელების უმეტესობა მეტამონაცემებს შლის. ამიტომ უმჯობესია მოითხოვოთ ინფორმაციის მიწოდება ელ.ფოსტით ან ისეთი პლატფორმის საშუალებით, როგორცაა Wetransfer.

თუ ამ გზით გადმოგზავნილ ფაილს არ ახლავს მეტამონაცემი ეს შეიძლება ნიშნავდეს იმას, რომ ინფორმაციის გამომგზავნი არ არის მისი პირველწყარო.

კომენტარები და CROWDSOURCING:

ზემოთხსენებული ტექნიკური ინსტრუმენტების გამოყენებამდე მნიშვნელოვანია, რომ შეამოწმოთ სიუჟეტის, ფოტოს ან ვიდეოს კომენტარების სექცია. ხშირად, კომენტარები შეიცავს საჭირო ინფორმაციას - მომხმარებლები მიუთითებენ ინფორმაციის არანამდვილობაზე და წერენ ამბის ნამდვილ კონტექსტს. მაგალითად სწორ ადგილს, ქვეყანას, თარიღს, ენას და ა.შ.



როგორ ვერბძოლოთ დეზინფორმაციას?



WWW.



ინფორმაციის სანდოობის შეფასება

ინტერნეტ საიტებზე არსებული ყველა ინფორმაცია სანდო არ არის. მოცემულის გათვალისწინება აუცილებელია, როდესაც ჩვენთვის უცნობი, ახალი ვებ-გვერდიდან ვიღებთ ინფორმაციას. შეგვიძლია გამოვყოთ აუცილებლად გასათვალისწინებელი გარემოებები.

- ♥ ნუ ვენდობით უჩველო დაბოლოების მქონე ვებ-გვერდებს. მაგ: ".com.co.", ".co" და სხვა;
- ♥ გაითვალისწინეთ, რომ ყალბი ვებ-გვერდები ხშირად ბაძავენ უკვე არსებულ გვერდებს, რა დროსაც იყენებენ ცნობილ საინფორმაციო პლატფორმებთან მიმსგავსებულ სახელებსა და ვებ-დომენებს;
- ♥ ყოველთვის შევამოწმოთ ახალი საინფორმაციო პლატფორმის ველი - „ჩვენ შესახებ“ ან გვერდის ბოლოში განთავსებული ინფორმაცია. პლატფორმის შესაბამის ნაწილში შესაძლოა მითითებული იყოს რომელიმე პარტიის, დაინტერესებული ჯგუფის თაობაზე. ასევე შესაძლებელია, რომ ვებ-გვერდი შექმნილი იყოს იუმორისტული მიზნებისთვის. ყალბ საინფორმაციო პლატფორმებს, როგორც წესი, ველი „ჩვენ შესახებ“ არ აქვთ შევსებული ან განთავსებული აქვს არასრული (მათ შორის არაიდენტიფიცირებადი) ინფორმაცია;
- ♥ მოერიდეთ საინფორმაციო გვერდებს, სადაც წარმოდგენილია უამრავი რეკლამა. მსგავს ვებ-გვერდებზე სარეკლამო ფანჯარას კვლავ რეკლამაზე გადაყვავართ და ასე დაუსრულებლად, ხოლო ინფორმაცია როგორც წესი არ არის ვალიდური. მსგავსი ვებ-გვერდები ხშირად იყენებენ სენსაციურ სათაურებს, ფოტოებს, უკონტექსტო ფრაზებს იმისათვის, რომ გაზარდონ ვებ-გვერდის ვიზიტორთა რაოდენობა და შესაბამისად, სარეკლამო შემოსავალი;
- ♥ ყოველთვის გადაამოწმეთ ინფორმაციის ავტორის ვინაობა. დაფიქრდით გსმენიათ, თუ არა ავტორის სახელი და გვარი. წაგიკითხავთ თუ არა მისი სხვა სტატიები ან საერთოდ აქვს თუ არა მას სხვა სახის ინფორმაციული პროდუქტი მომზადებული. ავტორის გამორკვევისას მნიშვნელოვანია საზოგადოებაში მის შესახებ ინფორმაცია, მისი საქმიანობა და რეპუტაცია;

♥ ავტორთან ერთად მნიშვნელოვანია გამოვარკვით ინფორმაციის პირველწყარო და მისი სანდოობა. როგორც წესი, წყაროს გარეშე გავრცელებული ინფორმაცია არის დეზინფორმაციული ხასიათის კონტენტი. მნიშვნელოვანია, პირველწყაროს სანდოობის ხარისხის გარკვევაც, თუ ეს უკანასკნელი არ არის აშკარად ავთენტური;

♥ რამდენად გავხდებით დეზინფორმაციის მსხვერპლები მომწოდებელთან ერთად ჩვენს ქცევაზეცაა დამოკიდებული. დასკვნების გამოსატანად არასდროს შემოვიფარგლოთ სათაურში ასრებული ინფორმაციით. ხშირად სათაური და მასალაში გადმოცემული ინფორმაცია ერთმანეთს არ ემთხვევა;

♥ გადაამოწმეთ ინფორმაციის გავრცელების თარიღი, ასევე შინაარობრივი შესაბამისობა არსებულ დროსთან მიმართებით. დეზინფორმაციის გამავრცელებელი ხშირად მიმართავს არსებულ კონტექსტისთვის ძველი ინფორმაციის გამოყენების ხერხს;

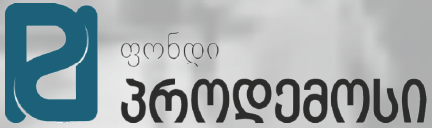
♥ ასევე გაითვალისწინეთ, რომ პროპაგანდისტულ პლატფორმებზე, როგორც წესი, ძალიან ბევრი გრამატიკული ნორმა ან აკადემიური წერის სტანდარტია დარღვეული.

გასათვალისწინებელია, რომ ჩამოთვლილი ინდიკატორები ცალ-ცალკე ყოველთვის არ მიანიშნებს ინფორმაციის არასანდოობაზე და ეს ინდიკატორები საჭიროებს კომბინაციურ გამოყენებას.



© სამართლებრივი სისტემის განვითარების კვლევითი ცენტრი

პუბლიკაცია მომზადდა პროექტის „ფრთხილად, დეზინფორმაცია! “ფარგლებში. პროექტი ხორციელდება ფონდი პროდემოსის ფინანსური მხარდაჭერით. კვლევის შინაარსზე პასუხისმგებელია „სამართლებრივი სისტემის განვითარების კვლევითი ცენტრი“. შეიძლება ის არ ასახავდეს ფონდი პროდემოსის შეხედულებებს.



2020