



გაერთიანებული
ერების განათლების,
მეცნიერებისა და
კულტურის ორგანიზაცია



ჟურნალისტიკა, ~~“ყალბი ამბები”~~ და დეზინფორმაცია

ჟურნალისტიკის სწავლებისა და ტრენინგის სახელმძღვანელო

გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის
ორგანიზაციის (UNESCO) სერიიდან ჟურნალისტური განათლების შესახებ

გამოცემულია 2021 წელს გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის
ორგანიზაციის (UNESCO) მიერ.

7, place de Fontenoy, 75352 პარიზი 07 SP, საფრანგეთი.

ქართულად თარგმნილია და გამოცემულია მედიის განვითარების ფონდის (MDF) მიერ.

34/36 ქობულეთის ქ., 0179 თბილისი, საქართველო

© UNESCO / Media Development Foundation 2021

ISBN 978-92-3-000130-8



წინამდებარე გამოცემის ტექსტი Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) ლიცენზიის (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>) თანახმად ელექტრონულად უფასოდ არის ხელმისაწვდომი. ამ პუბლიკაციის გამოყენებით მომხმარებელი ეთანხმება იუნესკოს ღია არქივის გამოყენების საგალდებულო პირობებს (<http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>)

ორიგინალი სათაური: Journalism, “Fake news” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. პირველად გამოქვეყნდა 2018 წელს გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (იუნესკო) მიერ. 7, place de Fontenoy, 75352 პარიზი 07 SP, საფრანგეთი.

ამ გამოცემაში გამოყენებული დასახელებები და წარმოდგენილი მასალა არ გულისხმობს იუნესკოს მხრიდან რაიმე მოსაზრების გამოხატვას რომელიმე ქვეყნის, ტერიტორიის, ქალაქისა თუ რეგიონის ან მისი ხელისუფლების იურიდიული სტატუსის ან მისი საზღვრების შესახებ.

ამ გამოცემაში გამოთქმული მოსაზრებები და შეხედულებები ეკუთვნით მხოლოდ და მხოლოდ ავტორებს; ისინი არ გამოხატავენ იუნესკოს მოსაზრებებს და შეხედულებებს და ორგანიზაციის პასუხისმგებლობას არ წარმოადგენს.

რედაქტორები: შერლინ ირეტონი და ჯული პოზეტი

კონტრიბუტორი ავტორები: ჯული პოზეტი, შერლინ ირეტონი, კლერ უორდლი, ჰოსეინ დერაქშანი, ელის მეთიუსი, მაგდა აბუ-ფადილი, ტომ ტრუვინარდი, ფერგუს ბელი, ალექსიოს მანცარლისი

დამატებითი კვლევა: ტომ ლო

გრაფიკული დიზაინი: მრ. კლინტონი

ყდის დიზაინი: მრ. კლინტონი

ილუსტრაციები: UNESCO, First Draft და Poynter

ტიპოგრაფია: იუნესკო

დაბეჭდილია: იუნესკოს მიერ



გაერთიანებული
ერების განათლების,
მეცნიერებისა და
კულტურის ორგანიზაცია

შერლინ ირეტონი
და ჯული პოზეტი

ჟურნალისტიკა, 'ყაღობი ამბები' და დეზინფორმაცია

ჟურნალისტური სწავლებისა და ტრენინგის
სახელმძღვანელო



ქართული ვერსია თარგმნილია და გამოცემულია მედიის განვითარების ფონდის მიერ (MDF) ამერიკის შეერთებული შტატების საელჩოს მხარდაჭერილი პროექტის "ახალგაზრდების მედიაწიგნიერების ლაბორატორია პასუხისმგებლიანი მედია მოხმარებისთვის" ფარგლებში. გამოცემაში გამოთქმული მოსაზრებები ავტორისეულია და შეიძლება არ ასახავდეს აშშ-ს საელჩოს პოზიციას.

წინასიტყვაობა გაი ბეჩგეჩი	6
შესავალი შეხდინ იხეგონი და ჯუდი პოზეტი	12

სახელმძღვანელოს მოდელურ კურიკულუმად გამოყენება - ჯუდი პოზეტი	23
---	-----------

I მოდული: სიმართლე, ნდობა და ჟურნალისტიკა: რატომ არის ეს მნიშვნელოვანი	29
---	-----------

შეხდინ იხეგონი

სინოფსისი	30
მონახაზი	32
მოდულის მიზანი	37
სწავლების შედეგები	37
მოდულის ფორმატი	37
შემოთავაზებული დავალება	38
საკითხავი მასალა	39

II მოდული: 'ინფორმაციულ ქაოსზე' ფიქრი: მცდარი ინფორმაციის, დეზინფორმაციისა და დამაზიანებელი ინფორმაციის ფორმატები	41
--	-----------

კდეი უოხდდი, ჰოსეინ დეჰაქშანი

სინოფსისი	42
მონახაზი	42
მოდულების მიზანი	48
სწავლების შედეგები	48
მოდულების ფორმატი	49
შემოთავაზებული დავალება	50
მასალა	51
საკითხავი მასალა	51

III მოდული: საინფორმაციო ინდუსტრიის გარდაქმნა: ციფრული ტექნოლოგია, სოციალური პლატფორმები და მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის გავრცელება	53
---	-----------

ჯუდი პოზეტი

სინოფსისი	54
მონახაზი	55
მოდულების მიზანი	63
სწავლების შედეგები	63
მოდულის ფორმატი	63
შემოთავაზებული დავალება	65
საკითხავი მასალა	65

IV მოდული: მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლა მედია და ინფორმაციული წიგნიერების (MIL) მეშვეობით **67**

მაგდა აბუ-ფადილი

სინოფსისი	68
მონახაზი	69
მოდულების მიზანი	73
სწავლების შედეგები	73
მოდულის ფორმატი	73
შემოთავაზებული დავალება	76
საკითხავი მასალა	76

V მოდული: ფაქტჩეკინგი 101 **77**

ადექსიოს მანცაჩისი

სინოფსისი	78
მონახაზი	78
მოდულის მიზანი	83
სწავლების შედეგები	83
მოდულის ფორმატი	83
შემოთავაზებული დავალება	87
საკითხავი მასალა	88

VI მოდული: სოციალური მედიის ვერიფიკაცია: წყაროებისა და ვიზუალური კონტენტის შეფასება **91**

გომ ტხუვინაჩი და ფეხუს ბელი

მონახაზი	92
მოდულის მიზანი	97
სწავლების შედეგები	97
მოდულის ფორმატი	98
შემოთავაზებული დავალება	99
მასალა	99
საკითხავი მასალა	100

VII მოდული: ონლაინ თავდასხმის წინააღმდეგ ბრძოლა: როცა სამიზნე ჟურნალისტები და მათი წყაროებია **103**

ჯუდი პოზეტი

სინოფსისი	104
მონახაზი	105
მოდულის მიზნები	111
სწავლის შედეგები	111
მოდულის ფორმატი	111
შემოთავაზებული დავალება	113
საკითხავი მასალა	113
ავტორები	114
ფოტოების ავტორები	114

სახელმძღვანელოს ონლაინ ვერსია

შეგიძლიათ იხილოთ შემდეგ ბმულებზე:

<http://en.unesco.org/fightfakenews>

<http://mdfgeorgia.ge/geo/library/>

გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია (UNESCO) იღნვის იმისთვის, რომ ჟურნალისტური განათლება აამაღლოს. ეს გამოცემა უახლესი ცოდნის შესაბამისს რესურსებს გთავაზობთ.

წინამდებარე გამოცემა ნაწილია “ჟურნალისტურ განათლებაში საუკეთესო გამოცდილების გლობალური ინიციატივისა”, რომელზეც კომუნიკაციის განვითარებისთვის იუნესკოს საერთაშორისო პროგრამა (IPDC) მუშაობს. ინიციატივის მიზანია ჟურნალისტიკის სწავლების, პრაქტიკისა და კვლევის კომპონენტებში გლობალური პერსპექტივიდან ჩართულობა, მათ შორის საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის გაზიარება.

შესაბამისად, არსებული სახელმძღვანელო მიზნად ისახავს საერთაშორისო კურიკულუმის მოდელის ფუნქცია შეასრულოს. ის ექვემდებარება ადაპტირებას, რათა დეზინფორმაციის თანამედროვე გლობალურ გამოწვევებს უპასუხოს, რომლებიც ზოგადად საზოგადოების, უფრო კონკრეტულად კი ჟურნალისტიკის, წინააღმდეგაა მიმართული.

ის თავს არიდებს დაშვებას, რომ ტერმინს ‘ყალბი ინფორმაცია’ პირდაპირი ან საყოველთაოდ აღიარებული მნიშვნელობა გააჩნია.¹ ეს იმის გამოა, რომ ‘ინფორმაცია’ საზოგადოებრივი ინტერესის შესატყვისს, გადამოწმებად ამბავს გულისხმობს, და ინფორმაცია, რომელიც ამ სტანდარტებს არ აკმაყოფილებს, შესაბამის სტატუსს არ იმსახურებს. ამ თვალსაზრისით, ‘ყალბი ამბები’ ოქსიმორონია, რომელიც თავის თავში ინფორმაციის სანდოობის შერყევას გულისხმობს და რეალური ამბის გადამოწმებადობის და საზოგადოებრივი ინტერესის კრიტერიუმებს არ აკმაყოფილებს.

კარგად რომ გავიაზროთ შემთხვევები, როდესაც ენის და ინფორმაციის ჟანრის მანიპულაციური გამოყენება ხდება, აღნიშნული პუბლიკაცია მსგავს ქმედებებს თაღლითობად განიხილავს - ყალბი ინფორმაციის განსაკუთრებულ კატეგორიად, დეზინფორმაციის მზარდ და მრავალრიცხოვან ფორმებს შორის, მათ შორის გასართობ ფორმატებში, როგორიცაა ვიზუალური მიმეტი.

ამ პუბლიკაციაში ტერმინი დეზინფორმაცია ძირითადად ხალხის დაბნევისა და მანიპულირების მიზნით განზრახ (ხშირად მართულად) გავრცელებულ არაკეთილსინდისიერ ინფორმაციასთან მიმართებით გამოიყენება. ის ხშირად კომბინირებულია პარალელურ და კომუნიკაციების მკვეთრ სტრატეგიებთან და მოიცავს სხვა ტექნიკებსაც, როგორიცაა სხვის ინფორმაციაში უკანონოდ შეღწევა ან ინდივიდების კომპრომეტირება. მცდარი ინფორმაცია ძირითადად შეცდომაში შემყვან ინფორმაციასთან მიმართებით გამოიყენება, რომელიც შექმნილია ან ვრცელდება მანიპულაციური ან მავნე განზრახვის გარეშე. საზოგადოებისთვის ორივე პრობლემაა, თუმცა დეზინფორმაცია გამორჩეულად საშიშია, რადგან ის ხშირად ორგანიზებულ სახეს ატარებს, ფინანსურად და ავტომატიზირებული ტექნოლოგიებით კარგად უზრუნველყოფილია.

დეზინფორმაციის გამავრცელებლები მსხვერპლად ირჩევენ მოწყვლად ან ინფორმაციის მიკერძოებულად მიმღებ პოტენციურ ადამიანებს, რომლებზეც ისინი შემდგომში ინფორმაციის გავრცელების და მულტიპლიკაციის იმედებს ამყარებენ. ამ გზით, ისინი ცდილობენ მათი გზავნილების გამტარ არხებად გამოგვიყენონ, აქებებენ რა ჩვენს მიდრეკილებებს, ინფორმაცია სხვადასხვა საბაბით გავავრცელოთ. ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებულ რისკს წარმოადგენს ის, რომ ‘ყალბი ამბები’, როგორც წესი, თავისუფლად არის ხელმისაწვდომი - ადამიანებს, ვისაც არ აქვთ საშუალება ხარისხიან ჟურნალისტიკაში თანხა გადაიხადონ, ან ნაკლებად მიუწვდებიათ ხელი დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი მედიის ინფორმაციაზე, განსაკუთრებით მოწყვლადები არიან როგორც დეზინფორმაციის, ასევე მცდარი ინფორმაციის მიმართ.

დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის გავრცელება უმეტესწილად სოციალური ქსელების

¹ იხილეთ Tandoc E; Wei Lim, Z and Ling, R. (2018). “Defining ‘Fake News’: A typology of scholarly definitions” in Digital Journalism (Taylor and Francis) Volume 6, 2018 - Issue 2: ‘Trust, Credibility, Fake News’.

და სოციალური გზავნილების მეშვეობით გახდა შესაძლებელი, რაც ბადებს შეკითხვებს რეგულირებისა და ამ სერვისის უზრუნველმყოფი კომპანიების მიერ თვითრეგულირების ზომების დაწესების შესახებ. როგორც შუამავალი პლატფორმები, და არა როგორც კონტენტის მწარმოებლები, ეს კომპანიები აქამდე ძირითადად მხოლოდ უმნიშვნელო რეგულაციების სუბიექტები იყვნენ (საავტორო უფლებების გარდა). ამ კომპანიებზე მზარდი ზეწოლის, თუმცა, ამავედროულად გამოხატვის თავისუფლების ზედმეტად დარეგულირების რისკების კონტექსტში, უფრო მეტად გააქტიურებულია, თუმცა მცირე ნაბიჯებია გადადგმული, თვითრეგულირების მიმართულებით². 2018 წელს ყოველწლიურ ანგარიშში გაეროს სპეციალურმა მომხსენებელმა აზრისა და გამოხატვის თავისუფლების საკითხებში მოუწოდა ინტერნეტ კომპანიებს თვითრეგულირების მექანიზმები ახალი ამბების მედიებისგან ესწავლათ და ინფორმაციის გავრცელების, მოძიებისა და მიღების უფლება გაეროს სტანდარტებთან შესაბამისობაში უკეთ მოეყვანათ³. სახელმწიფოებისა და კომპანიების მიერ დაჩქარებულად შემუშავებულ ზომებთან ერთად, განსაკუთრებული როლი ჟურნალისტებსა და ახალი ამბების მედიას აკისრიათ და ეს გამოცემაც სწორედ ამ მიზნებთანაა თანხვედრაში.

თვალსაჩინო განსხვავებები

როგორც დეზინფორმაცია, ასევე მცდარი ინფორმაცია ორივე განსხვავდება ხარისხიანი ჟურნალისტისტიკისგან, რომელიც პროფესიულ სტანდარტებსა და ეთიკას იცავს. ამავედროულად, განსხვავება სახეზეა სუსტი ჟურნალისტისტიკის შემთხვევაშიც, რომელიც საკუთარ დანაპირებს არის აცდენილი. პრობლემური ჟურნალისტისტიკა მოიცავს, მაგალითად, მიმდინარე და დაშვებულ შეცდომებს, რომელთა შესწორება არ ხდება და რაც სუსტი კვლევის ან არასათანადო გადამოწმების შედეგია. ის მოიცავს სენსაციურობას გადაჭარბების ეფექტის გამოყენებით და სამართლიანობის ხარჯზე ფაქტების ზედმეტად მიკერძოებულ შერჩევას.

თუმცა, ეს ისე არ უნდა გავიგოთ, რომ იდეალური ჟურნალისტისტიკა ყველა დამკვიდრებულ ნარატივსა და მოსაზრებას მიღმაა და მხოლოდ სტანდარტების უგულებელმყოფი ჟურნალისტისტიკაა იდეოლოგიურად შეფერილი. ეს უფრო იმის მანიშნებელია, რომ ყველა ჟურნალისტისტიკა ნარატივებს მოიცავს, ხოლო სტანდარტების უგულებელმყოფი ჟურნალისტისტიკის პრობლემა არა ნარატივები, არამედ პროფესიონალიზმის ნაკლებობაა. ამიტომაც, სუსტი ჟურნალისტისტიკა არ არის იგივე, რაც დეზინფორმაცია და მცდარი ინფორმაცია.

მიუხედავად ამისა, მდარე ხარისხის ჟურნალისტისტიკა ზოგჯერ რეალური ინფორმაციის სისტემაში დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის შეღწევას უწყობს ხელს. თუმცა მიზეზები და პრობლემის დაძლევის გზები განსხვავებულია, ვიდრე დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის შემთხვევაში. ამავედროულად, ცხადია, რომ ძლიერი ეთიკური ჟურნალისტისტიკა საჭიროა როგორც ალტერნატივა და ანტიდოტი იმისთვის, რომ საინფორმაციო გარემოს დაბინძურების და ფართოდ გავრცელების შეკავება მოხდეს.

დღესდღეობით ჟურნალისტები დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის მოზღვავენას არა მხოლოდ აკვირდებიან, არამედ მის ეპიცენტრში იმყოფებიან⁴, რაც იმას ნიშნავს, რომ:

- ▶ ჟურნალისტისტიკა კაკაფონიაში ჩახშობის რისკის წინაშე დგას;
- ▶ ჟურნალისტები არიან რისკის წინაშე მათი მანიპულირება იმ პირებმა მოახდინონ, ვინც საზოგადოებასთან ურთიერთობის ეთიკას არ იცავს, როცა მათ შეცდომაში შეყვან-

² Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. New York Times, 19 July, 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [წვდომა 21/11/2020]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [წვდომა 21/11/2020]; <https://youtube.googleblog.com/> [წვდომა 21/11/2020]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [წვდომა 21/11/2020]].

³ აზრისა და გამოხატვის თავისუფლების საკითხებში გაეროს სპეციალური წარმომადგენლის ანგარიში. გაეროს ადამიანის უფლებების საბჭო, 6 აპრილი, A/HRC/38/35. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [accessed on 20/07/2018].

⁴ საფრთხის მიუხედავად, ერთ-ერთი კვლევის თანახმად, ერთ-ერთ ქვეყანაში რედაქციას დეზინფორმაციასთან საბრძოლველად სათანადო სისტემა, ბიუჯეტი და დატრენინგებული პერსონალი არ ჰყავდა. იხ: Penplusbytes. 2018. *Media Perspectives on Fake News in Ghana*. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [წვდომა 21/11/2020].

ნას ან მოქრთამვას დეზინფორმაციის გავრცელების მიზნით ცდილობს⁵;

- ჟურნალისტები როგორც კომუნიკატორები, რომლებიც სიმართლის სამსახურში არიან, მათ შორის “არასასურველი სიმართლის”, შესაძლოა, თავად აღმოჩენენ ტყუილების, ქორებისა და ცრუ ინფორმაციის სამიზნე, რაც მათ, ასევე მათი ჟურნალისტიკის დაშინებას და დისკრედიტაციას ისახავს მიზნად, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც მათი საქმიანობა იმათ მხილებაზეა ორიენტირებული, ვინც დეზინფორმაციის დამკვეთი ან შემქმნელია⁶.

დამატებით, ჟურნალისტებმა უნდა აღიარონ, რომ მაშინ, როცა დეზინფორმაციის გავრცელების ძირითადი არენა სოციალური მედიაა, გავლენიანი აქტორები ყალბ ინფორმაციასთან დაკავშირებული წუხილების ინსტრუმენტალიზაციას რეალური საინფორმაციო მედიის შევიწროებისთვის იყენებენ. ახალ მკაცრ კანონებს, ახალი ამბების ინსტიტუციები განტევების ვაცად გამოჰყავთ, თითქოსდა ეს ყველაფერი მათგან მომდინარეობდეს, ან მათ ისეთ ახალ ფართო რეგულაციებში აქცევენ, რომელიც განურჩევლად ყველა საკომუნიკაციო პლატფორმასა და საქმიანობას ზღუდავს. ასეთი რეგულაციები ხშირად შეუსაბამოა საერთაშორისო პრინციპებთან, რომელთა თანახმად, გამოსატვის თავისუფლების შეზღუდვები უნდა იყოს აუცილებელი, პროპორციული და ემსახურებოდეს ლიგისტიმურ მიზანს. მათი ქმედება, ზოგჯერ განზრახვის გარეშე, არის ის, რომ ავთენტური საინფორმაციო საშუალებები “ქეშმარიტების სამინისტროს” დაუქვემდებარონ, რათა ინფორმაციის მხოლოდ პოლიტიკური საფუძვლით ჩახშობა შესძლონ.

მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის დღევანდელ კონტექსტში, მთავარი საფრთხე არა ჟურნალისტიკის გაუმართლებელი რეგულირებაა, არამედ საზოგადოება, რომელმაც შეიძლება ყველა ტიპის კონტენტის მიმართ, მათ შორის ჟურნალისტიკის, ნდობა დაკარგოს. ამ სცენარის მიხედვით, ხალხი სავარაუდოდ სანდოდ ჩათვლის იმ კონტენტს, რომელსაც მათი სოციალური ქსელები შესთავაზებენ და რომელიც მათ გულისხმობს ეხმიანება და გონებას უგულებელყოფს. ჩვენ უკვე შეგვიძლია დავინახოთ ამ პროცესების ნეგატიური გავლენა ჯანდაცვაზე, მეცნიერებაზე, კულტურათაშორის ურთიერთობებსა და ავთენტური ექსპერტიზის სტატუსზე.

საზოგადოებაზე ეს გავლენა განსაკუთრებით არჩევნებთან და დემოკრატიის იდეასთან, როგორც ადამიანის უფლებასთან, მიმართებით არის შემაშფოთებელი. დეზინფორმაცია, განსაკუთრებით არჩევნების დროს, აუცილებლად შინაარსის ნამდვილობაში საზოგადოების დარწმუნებას როდი ცდილობს, არამედ მისი მიზანია დღის წესრიგის განსაზღვრაზე (რასაც ხალხი მნიშვნელოვნად მიიჩნევს) გავლენის მოხდენა და საინფორმაციო ნაკადის ამღვრევა, რათა არჩევანის გაკეთებისას რაციონალური ფაქტორები შესუსტდეს⁷. ამასთანავე, დეზინფორმაციითა და მცდარი ინფორმაციით განპირობებულმა ბუნდოვანებებმა შეიძლება დიდი გავლენა მოახდინოს სხვა ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებზე, როგორიცაა მიგრაცია, კლიმატის ცვლილებები და სხვა.

ეს ის საფრთხეებია, რის გამოც ‘ყალბი ამბებთან’ დაპირისპირება ჟურნალისტიკისა და ჟურნალისტური განათლებისთვის სავალდებულოა. ამავდროულად, საფრთხეები შეიძლება იყოს შესაძლებლობაც, ახალი ამბების მედიის მნიშვნელობა მეტად დაფასდეს. ეს გვაძლევს შესაძლებლობას, ხაზი გაესვას პროფესიულ საქმიანობაში გადამოწმებული ინფორმაციის მიწოდების და საზოგადოებრივი ინტერესის შესაბამისი ინფორმირებული კომენტარის მნიშვნელობას⁸.

⁵ Butler, P. 2018. *How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation*. <https://ijnet.org/en/story/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation> ასევე იხ. ამ სახელმძღვანელოს მესამე მოდული

⁶ იხ. მოდული შვიდი

⁷ Lipson, D (2018) *Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election*, ABC News: <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm> [accessed 17/8/18].

⁸ ასევე იხ.: Nordic Council of Ministers. 2018. *Fighting Fakes - the Nordic Way*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [accessed 12/06/2018].

ჩა უნდა მოიმოქმედოს ჟურნალისტიკამ?

ამ კონტექსტში, დროა საინფორმაციო მედიაში პროფესიული სტანდარტები და ეთიკა უფრო მტკიცედ დაიცვას, თავი აარიდოს გადაუმოწმებელი ინფორმაციის გამოქვეყნებას და დისტანცირდეს ინფორმაციისგან, რომელიც საზოგადოებრივ ინტერესს არ შეესაბამება.

ამდენად, ეს სახელმძღვანელო დროული შესხენებაა, რომ ყველა საინფორმაციო ინსტიტუტმა და ჟურნალისტებმა, როგორც არ უნდა იყოს მათი პოლიტიკური მიდრეკილებები, თავიდან უნდა აიცილონ დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის უნებლიეთ და უკრიტიკოდ გავრცელება. დღესდღეობით ბევრ საინფორმაციო მედიაში ფაქტების გადამოწმების თანამშრომლის პოზიციის გაუქმებამ გარკვეულწილად განაპირობა ის, რომ ამ ფუნქციას ბლოგერები და სხვა გარე აქტორები ითავსებენ, რომლებიც ჟურნალისტების მიერ დაშვებულ შეცდომებზე მიუთითებენ - თუმცა, მხოლოდ მას შემდგომ, რაც ინფორმაცია უკვე გავრცელებულია.

ეს ახალი ფენომენი შეიძლება მისაღები იყოს საინფორმაციო მედიისთვის, რამდენადაც გადამოწმებადი ინფორმაციის მიმართ საზოგადოების ინტერესის გაღრმავებას უწყობს ხელს. ჟურნალისტებმა დამოუკიდებელი ფაქტჩეკერების საქმიანობა ფართო აუდიტორიისთვის ხელმისაწვდომი უნდა გახადონ. მაგრამ, ასევე უნდა იცოდნენ, რომ როდესაც გარე სუბიექტები მოცემულ მედიაში სისტემურ ჩავარდნებს მუდმივად ავლენენ, ჩნდება კითხვის ნიშანი, თუ რამდენად შეიძლება ჩაითვალოს ეს ბრენდი პროფესიულ საინფორმაციო წყაროდ. მედია ფრთხილად უნდა იყოს, რათა გამოქვეყნების შემდგომ შესწორებებმა შიდა ხარისხის კონტროლის პროცესი არ ჩაანაცვლოს. ჟურნალისტები ან უკეთ უნდა ეცადონ და თავიდანვე “სწორად გადმოსცენ” ამბავი, ან დაკარგონ საზოგადოების ნდობა სანდო მედიის მიმართ.

საბოლოოდ, გარე მეთვალყურეების ნადირობაში შესწორებებზე, ჟურნალისტიკა გამარჯვებული ვერ გამოვა. ჟურნალისტები წყაროს მიერ დასახელებული სადავო განცხადებების გადამოწმების ჟურნალისტურ საქმეს ფაქტების გადამოწმებელ ორგანიზაციებს ვერ მიანდობენ (იმის მიუხედავად, ეს განცხადება მედიაში, თუ მისი გვერდის ავლით, პირდაპირ სოციალურ მედიაში გაკეთდა). პრაქტიკოსი ჟურნალისტების შესაძლებლობები “ამან თქვა, იმან თქვა” ჟურნალისტიკას უნდა გასცდეს და იმ განაცხადის ვალიდურობის გამოძიება უნდა გააუმჯობესოს, რომელსაც აშუქებს.

ჟურნალისტიკას ასევე სჭირდება პროაქტიულად მოახდინოს დეზინფორმაციის ახალი შემთხვევების და ფორმების იდენტიფიცირება და გამოვლენა. ეს საინფორმაციო მედიის მნიშვნელოვანი მისიაა და ‘ყალბი ამბების’ დარეგულირების მიდგომების ალტერნატივას წარმოადგენს. მწვავე და საზიანო საკითხებზე მყისიერი რეაგირებით, იგი ავსებს და აძლიერებს უფრო საშუალოვადიან სტრატეგიებს, როგორიცაა მედია და ინფორმაციული წიგნიერება, რაც აუდიტორიას ინფორმაციის, დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ერთმანეთისგან გამიჯვნის შესაძლებლობას აძლევს. დეზინფორმაცია ცხელი ამბავია და მისი კვალიფიციური გაშუქება საზოგადოებისთვის ჟურნალისტიკის სამსახურის ფუნქციას გააძლიერებს.

შესაბამისად, ეს სახელმძღვანელო მოქმედებისკენ მოწოდებაა. ის ასევე ნახალისებაა ჟურნალისტებისთვის, ჩაერთონ საზოგადოებრივ დიალოგში იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ იღებენ ადამიანები გადაწყვეტილებას სანდოობის შესახებ და რატომ ავრცელებს ზოგიერთი მათგანი გადაუმოწმებელ ინფორმაციას. რაც შეეხება საინფორმაციო მედიას, ჟურნალისტიკის სკოლებისთვის და მათი სტუდენტებისთვის, მედია ტრენერებთან და მათ სტუდენტებთან ერთად, ეს აუდიტორიის ძლიერი სამოქალაქო ჩართულობის მნიშვნელოვანი შესაძლებლობაა. მაგალითად, crowd-sourcing აუცილებელია, თუ მედიაში უნდა გამოავლინოს რადარების მიღმა დამალული დეზინფორმაცია, რომელიც სოციალური გზავნილების ან ელ.ფოსტის მეშვეობით ვრცელდება.

იუნესკოს ხოლი

იუნესკოს კომუნიკაციის განვითარების საერთაშორისო პროგრამის (IPDC) მიერ დაფინანსებული ეს ახალი რესურსი დეზინფორმაციული ამბების სხვადასხვა განვითარების უნიკალურ და პოლისტიკურ ხედვას გვთავაზობს და ამასთან ერთად პრაქტიკული უნარ-ჩვევების განვითარებასაც უწყობს ხელს, რათა გაამყაროს არსებული ცოდნა და ხელი შეუწყოს საკითხის გააზრებას⁹ შეუწყოს ხელი. ეს იუნესკოს მიდგომის ნაწილია, რომელიც ახალისებს ჟურნალისტების ოპტიმალურ საქმიანობას და თვითრეგულირებას, როგორც იმ რისკების ალტერნატივას, რაც პრობლემის აღქმასთან მიმართებით გამოხატვის თავისუფლებაში სახელმწიფოს ჩარევას მოჰყვება.

გამოცემა გამოქვეყნებულია იუნესკოს ორი ადრეული ნაშრომის - „ჟურნალისტიკის სწავლება მდგრადი განვითარებისათვის: ახალი სილაბუსები“¹⁰ (2015) და „მოდელური კურიკულუმი ჟურნალისტური განათლებისთვის: ახალი სილაბუსების კრებულის“ (2013) კვალდაკვალ გამოქვეყნდა. ეს გამოცემები, თავის მხრივ, წარმოადგენს იუნესკოს საწყისი გამოცემის „მოდელური სასწავლო გეგმა ჟურნალისტური განათლების შესახებ“¹¹ გაგრძელებას, რომელიც 2007 წელს ცხრა ენაზე გამოქვეყნდა.

ჟურნალისტური განათლებისა და ტრენინგებისთვის შესატყვისი იუნესკოს სხვა გამოცემები მოიცავს შემდეგ პუბლიკაციებს:

- ▶ ჟურნალისტთა უსაფრთხოების მოდელური კურსი(2017)¹²
- ▶ ტერორიზმი და მედია: სახელმძღვანელო ჟურნალისტებისთვის (2017)¹³
- ▶ კლიმატის ცვლილებები აფრიკაში: გზამკვლევი ჟურნალისტებისთვის (2013)¹⁴
- ▶ საგამოძიებო ჟურნალისტიკის გლობალური საქმეების შესწავლის სახელმძღვანელო (2012)¹⁵
- ▶ ამბავზე დაფუძნებული კვლევა: სახელმძღვანელო საგამოძიებო ჟურნალისტებისთვის (2009)¹⁶
- ▶ კონფლიქტ-სენსიტიური გაშუქება: თანამედროვე კურსი ჟურნალისტებისა და ჟურნალისტიკის პედაგოგებისთვის (2009).¹⁷

თითოეული ეს გამოცემა ღირებულია ყველა ქვეყნისთვის მსოფლიოს მასშტაბით, სადაც ჟურნალისტიკის პედაგოგებმა და ტრენერებმა, ასევე სტუდენტებმა და პრაქტიკოსმა ჟურნალისტებმა თავიანთი გამოცდილება მრავალმხრივ განავითარეს. ზოგიერთ ადგილას, ახალი ცოდნისა და ინსპირაციის შესაბამისად, მათ მრავალწლიანი პროგრამების ადაპტირების საშუალება მიეცათ, ზოგ ქვეყანაში იუნესკოს რესურსების არსებულ კურსებში ინტეგრირება მოხდა. არის მოლოდინი, რომ

⁹ 2017 წელს 61-ე შეკრებაზე IPDC-ის ბიურომ მიიღო გადაწყვეტილება მხარი დაეჭირა ჟურნალისტური განათლების საუკეთესო გამოცდილებების გლობალური ინიციატივისთვის ახალ საკითხებზე სპეციალური სილაბუსის შემუშავების გზით. შესრულების ანგარიში 2018 წლის IPDC-ის ბიუროს 62 შეხვედრას წარედგინა, რომელმაც დამატებითი რესურსები ამ კურიკულუმის შემუშავების მიზნით გამოჰყო.

¹⁰ www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/

¹¹ www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/

¹² <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [accessed 12/06/2018].

¹³ <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [accessed 12/06/2018].

¹⁴ <http://wayback.archive-it.org/10611/20160808101728/http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/>

¹⁵ <http://wayback.archive-it.org/10611/20160813230343/http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/>

¹⁶ <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [accessed 12/06/2018].

¹⁷ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [accessed on 12/06/2018]

ახალი გამოცემის ხარისხი და თანმიმდევრობა მკითხველისთვის ასევე ღირებული იქნება.

რადგან იუნესკო სამთავრობოშორისი ორგანიზაციაა, ინფორმაციული კონკურენციის გეოპოლიტიკაში იგი რომელიმე მხარეს არ ირჩევს. როგორც კარგად არის ცნობილი, დეზინფორმაციის შესახებ არაერთი ბრალდება და კონტრბრალდება არსებობს. ასეთმა ცოდნამ ტექსტის მკითხველის ინფორმირება უნდა მოახდინოს და შთააგონოს ის, სხვადასხვა საქმეების შესახებ დამატებითი მტკიცებულებები შეაგროვოს.

იმავედროულად, რელატივიზმის თავიდან აცილების მიზნით, როგორც შეფასებისა და მოქმედების უპირობო საფუძვლები, სახელმძღვანელოში შემდეგი კომპეტენციებია ინტეგრირებული:

1. ცოდნა, რომ ინფორმაცია მომზადებულია გამჭვირვალე აქტორების მიერ და ის გადამოწმებადია, არსებითია დემოკრატიის, განვითარების, მეცნიერების, ჯანდაცვისა და კაცობრიობის პროგრესისთვის;
2. აღიარება, რომ დეზინფორმაცია არ არის შოუ და მის წინააღმდეგ ბრძოლა საინფორმაციო მედიისთვის მნიშვნელოვანი მისიაა;
3. პროფესიონალური ჟურნალისტური უნარებისადმი ერთგულება ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც ინკლუზიური და ზუსტი ჟურნალისტიკის ბრძოლა, გახდეს ყალბი შინაარსის სანდო ალტერნატივა.

სხვა ძლიერი და სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი წიგნიერება, რომელსაც ეს გამოცემა ფარავს და განსაკუთრებით რელევანტურია ჟურნალისტებისა და საინფორმაციო მედია საშუალებებისთვის, მოიცავს შემდეგს:

1. ცოდნა და უნარები რედაქციის სისტემის შექმნისთვის, რათა უზრუნველყოფილი იყოს დეზინფორმაციის სისტემატიური მონიტორინგი, გამოძიება და გაშუქება;
2. ცოდნა იმისა, თუ რა ღირებულება აქვს ინფორმაციული დაბინძურების წინააღმდეგ ბრძოლაში მედია ინსტიტუტებს, ჟურნალისტურ სკოლებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებს, ფაქტ-ჩეკერებს, საზოგადოებას, ინტერნეტ კომპანიებსა და მარეგულირებლებს შორის თანამშრომლობას;
3. ცოდნა იმისა, თუ რატომ არის აუცილებელი საზოგადოების ჩართულობა ჟურნალისტიკის დაცვაში და გაფრთხილება დეზინფორმაციის მოჭარბებისგან, ან ისეთი მტრული სუბიექტების თავდასხმებისგან, რომლებიც ჟურნალისტების საწინააღმდეგოდ დეზინფორმაციულ კამპანიებს მართავენ.

საბოლოო ჯამში, ეს პუბლიკაცია უნდა დაეხმაროს საზოგადოებას იყოს უკეთ ინფორმირებული დეზინფორმაციის პრობლემებზე საზოგადოებრივი რეაგირების სპექტრის შესახებ, მათ შორის მთავრობების, საერთაშორისო ორგანიზაციების, უფლებადამცველების, ინტერნეტ კომპანიების და მედია და ინფორმაციული წიგნიერების გამავრცელებლების საპასუხო ზომების შესახებ. პუბლიკაცია განსაკუთრებით უსვამს ხაზს იმას, თუ რა შეიძლება გააკეთონ თავად ჟურნალისტებმა და იმ ადამიანებმა, ვინც მათ განათლებასა და ტრენინგებშია ჩართული.

ვიმედოვნებთ, სახელმძღვანელო მოკრძალებულ წვლილს შეიტანს იმ მოსაზრების გამყარებაში, რომ ჟურნალისტიკა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საზოგადოების ცხოვრებაში - და ასევე “ინფორმაციის და ფუნდამენტური თავისუფლებების ხელმისაწვდომობაზე” მდგრადი განვითარების მიზნებისაკენ სვლაში. იუნესკო მადლობას უხდის რედაქტორებს და კონტრიბუტორებს, რომლებმაც ეს გამოცემა რეალობად აქციეს. ამდენად, მადლობა თქვენ, მკითხველს. მივსალმებით თქვენს გამოხმაურებას.

გაი ბერგერი

გამოხატვის თავისუფლებისა და მედიის განვითარების დირექტორი, იუნესკო, IPDC-ის მდივანი

იმისათვის, რომ მოდელური კურიკულუმის ფუნქცია შეასრულოს, წინამდებარე სახელმძღვანელო ჟურნალისტიკის პედაგოგებისა და ტრენერებისთვის, ასევე ჟურნალისტიკის სტუდენტებისთვის 'ყალბ ამბებთან' დაკავშირებულ საკითხებში ნავიგაციისთვის ფორმატს და გაკვეთილებს უზრუნველყოფს. ჩვენ ასევე ვიმედოვნებთ, რომ გამოცემა სასარგებლო გზამკვლევი იქნება პრაქტიკოსი ჟურნალისტებისთვის.

სახელმძღვანელო აერთიანებს ჟურნალისტიკის წამყვანი საერთაშორისო პედაგოგების, მკვლევარებისა და მოაზროვნეების ნაშრომებს, რომლებიც ჟურნალისტიკის მეთოდის განახლებასა და დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის გამომწვევებთან გამკლავებაში პრაქტიკის გაძლიერებას უწყობენ ხელს. გაკვეთილები არის კონტექსტუალური, თეორიული და ონლაინ გადამოწმების შემთხვევაში, ძალიან პრაქტიკული. სასწავლო კურსთან ერთად, ან დამოუკიდებლად გამოყენებისას, იგი არსებული სასწავლო მოდულების განახლებას ან ახალი შეთავაზებების შექმნას შეუწყობს ხელს. წინამდებარე შესავალს მოსდევს რეკომენდაციები, თუ როგორ გამოვიყენოთ ეს სახელმძღვანელო მოდელურ კურიკულუმად.

სათაურსა და გაკვეთილებში სიტყვების - 'ყალბი ამბების' გამოყენებასთან დაკავშირებით დისკუსია გაიმართა. 'ყალბი ამბები' დღეს გაცილებით მეტია, ვიდრე იარლიყი ცრუ და მცდარი ინფორმაციისთვის, რომელიც ახალ ამბებად არის შენიღბული და ისე ვრცელდება. იგი ემოციურ, იარაღად გამოყენებად ტერმინად იქცა, რომელიც ძირს უთხრის ჟურნალისტიკას და მის დისკრედიტაციას ახდენს. ამ მიზეზით, უმჯობესია გამოვიყენოთ ტერმინები მცდარი ინფორმაცია, დეზინფორმაცია და 'ინფორმაციული ქაოსი', როგორც ამას უორდლი და დერეიქშენი² გვიჩვენებ, თუმცა, მათ სავალდებულო ხასიათი არ აქვთ³⁴.

ეთოპოლოგიური განცხადება გამოხატვის თავისუფლების და 'ყალბი ამბების', დეზინფორმაციის და პროპაგანდის შესახებ

ეს სახელმძღვანელო, რომლის მთავარი სამიზნეები ჟურნალისტიკა და ჟურნალისტები არიან, "დეზინფორმაციული ომის" გამო მზარდი საერთაშორისო შეშფოთების კონტექსტში შეიქმნა. რამდენადაც ეს პროექტი იუნესკოს დაკვეთით ხორციელდება, 2017 წლის დასაწყისში აზრისა და გამოხატვის თავისუფლების გაეროს სპეციალური მომხსენებლის, მედიის თავისუფლების საკითხებში ეუთოს წარმომადგენლის, გამოხატვის თავისუფლების საკითხებში ამერიკის სახელმწიფო ორგანიზაციის სპეციალური მომხსენებლის და გამოხატვის თავისუფლებისა და ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის საკითხებში ადამიანის უფლებების აფრიკის კომისიის სპეციალური მომხსენებლის ერთობლივი განცხადება გავრცელდა. განცხადებაში გამოთქმულია შეშფოთება დეზინფორმაციის და პროპაგანდის გავრცელების, ასევე იმის გამო, რომ ახალი ამბების მედიაზე თავდასხმა და მათი 'ყალბი სიახლეების' გამავრცელებლად მოხსენიება ხდება. სპეციალურმა მომხსენებლებმა და წარმომადგენლებმა განსაკუთრებით აღიარეს ის გავლენა, რომელიც ამ პროცესს ჟურნალისტიკასა და ჟურნალისტებზე აქვს:

¹ ABC ავტორალიიდან ალის მათიუსის და ეთიკური ჟურნალისტიკის ქსელიდან ტომ ლოუს კვლევები, იდეები და რესურსები ასახულია შესავალში.

² მეორე მოდული

³ <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [accessed 12/06/2018]. [წვდომა 21/11/2020].

⁴ Wardle, C et al. (2018). "Information Disorder: the essential glossary". Shorenstein Center, Harvard University. Available at: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [accessed 21/07/2018]. [წვდომა 21/11/2020].



“შეშფოთებული ვახთ შემთხვევებით, ხოდაც საჯახო ხედისუფლება უსაფუძვლოდ აკ-
 ჰიტიკებს, ავიწიოებს და ემუქება მედიას, მათ შოხის იმით, რომ მათ „ოპოზიციად“ ან
 „სიციხის“ გამავსცელებდებად მოიხსენიებს და ფახუდ პოლიტიკუი დღის წესხიგზე სა-
 უბხოობს, ხაც ჟუხნადისტების წინააღმდეგ მუქახისა და ძადადობის ხისკებს ზიდის. ასევე
 ახყევს ჟუხნადისტიკის, ჰოგოხც საზოგადოებხივი მეთვადყუხისადმი საზოგადოების ნდო-
 ბას და ხწმენას და შესადებელია შეცდომაში შეიყვანოს საზოგადოება დეზინფოხმაციასა
 და იმ მედია პხოდეტს შოხის ზღვახის წაშლით, ჰომედიც დამოუკიდებდად გადამოწმებდა
 ფაქტებს შეიცავს.”⁵

დეზინფოხმაცია ძველი ამბავია, ახალი ტექნოლოგიებით გაჯეხებული

ინფორმაციის მობილიზება და მანიპულირება ისტორიას გაცილებით ადრე ახასიათებდა, ვიდრე
 თანამედროვე ჟურნალისტიკა იმ სტანდარტებს დაადგენდა, რომლებიც ინფორმაციის სანდოო-
 ბის კონკრეტულ წესებს განსაზღვრავენ. ადრეული ჩანაწერი ძველი რომის პერიოდით თარიღ-
 დება⁶, როდესაც ანტონი შეხვდა კლეოპატრას და მისმა პოლიტიკურმა მეთოქემ ოქტავიანმა მის
 წინააღმდეგ ბინძური კამპანია წამოიწყო “მონეტებზე დაწერილი მოკლე, მკვეთრი სლოგანებით,
 არქაული ტვიტების სტილში.”⁷ დამნაშავე რომის პირველი იმპერატორი გახდა და “ყალბი ამბების
 საშუალებით ოქტავიანმა ერთხელ და სამუდამოდ გატეხა რესპუბლიკური სისტემა.”⁸

მაგრამ 21-ე საუკუნეში ინფორმაციის იარაღად გამოყენების არნახული მასშტაბი დაფიქსირდა.
 ძლიერი ახალი ტექნოლოგია შინაარსის მანიპულირებასა და გაყალბებას ამარტივებს, ხოლო
 სოციალური ქსელები სახელმწიფოების, პოპულისტი პოლიტიკოსების და არაკეთილსინდისი-
 ერი კორპორაციული ერთეულების მიერ მართულ სიცრუეს კიდევ უფრო მეტად ავრცელებენ, რა-
 დგან ასეთ ინფორმაციას არაკრიტიკული აუდიტორია აზიარებს. პლატფორმები ნოყიერი ნიადაგი
 გახდა კომპიუტერიზებული პროპაგანდისთვის⁹, ტროლინგისთვის¹⁰ და ტროლების არმიისთვის¹¹;
 მარიონეტი ქსელებისთვის¹² და მატყუარა პაროდისტებისთვის¹³. და ამ ყველაფერს მოსდევს ტრო-
 ლების ფაბრიკების¹⁴ აღმოცენება, რომლებიც არჩევნებზე ხეირობენ.

მიუხედავად განსხვავებული დროისა და ტექნოლოგიებისა, ისტორია შეიძლება დაგვეხმაროს თა-
 ნამედროვე ‘ინფორმაციული ქაოსის’ ფენომენის მიზეზებისა და შედეგების გარკვევაში, რასაც ეს
 სახელმძღვანელო ეძღვნება. ამ კრიზისის დეტალური გაშუქების უზრუნველყოფის მიზნით, ჟურ-
 ნალისტებს, ჟურნალისტიკის ტრენერებსა და პედაგოგებს (მათ სტუდენტებთან ერთად) მოვუწო-
 დებთ, შეისწავლონ დეზინფორმაცია, პროპაგანდა, ტყუილები და სატირა, როგორც კომუნიკაციის

⁵ UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation, Propaganda:
<https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [წვდომა 21/11/2020]. See also: Kaye, D (2017) Statement to the UN General
 Assembly on October 24th, 2017: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E>
 [წვდომა 21/11/2020].

⁶ ნახეთ დროის საზი, რომელიც კლეოპატრას დროიდან დღემდე “ინფორმაციული ქაოსის” გარკვეულ გამოვლინებებს
 ასახავს, გზამკვლევაში, რომელიც ჟურნალისტთა საერთაშორისო ცენტრმა (ICFJ) 2018 წელს გამოაქვეყნა. Posetti, J &
 Matthews, A (2018): <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>
 [წვდომა 21/11/2020].

⁷ Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times.
<https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [წვდომა 21/11/2020].

⁸ იქვე

⁹ იხ. ოქსფორდის საერთაშორისო ინსტიტუტის კომპიუტერიზებული პროპაგანდის პროექტი:
<http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁰ იხ. სახელმძღვანელოს მეშვიდე მოდული მაგალითებისთვის, რაც ამ საფრთხის დემონსტრირებას ახდენს

¹¹ Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine
<https://www.rappler.com/video/fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [წვდომა 21/11/2020].

¹² Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [წვდომა 21/11/2020].

¹³ Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁴ Silverman, C et al (2018) American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016 BuzzFeed
<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert>
 [წვდომა 21/11/2020].

ეკოლოგიის ისტორიული მახასიათებლები.¹⁵

დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლის მიზნით, ჟურნალისტიკის სტრატეგიები იმის გათვალისწინებით უნდა შემუშავდეს, რომ ინფორმაციის მანიპულირება ათასწლეულებს ითვლის, ხოლო ჟურნალისტური პროფესიონალიზმის ევოლუცია შედარებით ახალია¹⁶. ჟურნალისტიკის განვითარებასთან ერთად, თანამედროვე საზოგადოებაში ნორმატიული როლის შესრულებისას, ახალი ამბების მედია მეტწილად შეძლო ფაბრიკაციისა და ფარული შეტევების გარეშე ეფუნქციონირა, იმ ჟურნალისტიკის წყალობით, რომელიც მიისწრაფვის სიმართლის თქმის პროფესიონალური სტანდარტებისკენ, გადამოწმების მეთოდოლოგიისა და საჯარო ინტერესის ეთიკისაკენ. ჟურნალისტიკამ თავად გაიარა მრავალი ფაზა და გაუმჯობესების ეტაპი, ამ მანიპულატორებს გამიჯნოდა. დღეს, სხვადასხვა ტიპის 'ჟურნალისტიკის' პირობებშიც კი, ჯერ კიდევ არის შესაძლებელი რეალურ ინფორმაციაში ნარატივების მრავალფეროვნების იდენტიფიცირება, როგორც გამორჩეული, ეთიკურ კომუნიკაციაზე ორიენტირებული იმ ერთიანი ოჯახის ნაწილის, რომელიც ასევე ცდილობს პოლიტიკური და კომერციული ინტერესებისგან სარედაქციო დამოუკიდებლობის დაცვას. თუმცა, ამგვარი სტანდარტების ჩამოყალიბებამდე, მასობრივად გავრცელებადი ინფორმაციის სანდოობის შესახებ მხოლოდ რამდენიმე წესი არსებობდა.

მე-15 საუკუნის შუა პერიოდიდან მოყოლებული გუტენბერგის ბეჭდვითი პრესის გავრცელებამ, პროფესიული ჟურნალისტიკის განვითარება გარდაუვალი გახადა, მაგრამ ტექნოლოგიამ ასევე პროპაგანდისა და ყალბი ამბების გავრცელებაც შესაძლებელი გახადა, რომელიც ზოგჯერ მედია ინსტიტუტების დამნაშავედ წარმოჩენას ახდენდა.¹⁷ მაუწყებლობამ პროპაგანდა, ყალბი ინფორმაცია და ტყუილები სხვა დონეზე აიყვანა, როგორც, სხვათა შორის, ეს 1938 წელს ცნობილ რადიო დრამაში 'სამყაროთა ომი' არის დემონსტრირებული.¹⁸ საერთაშორისო მაუწყებლობის ზრდამ ასევე ბევრჯერ დაგვანახა ინფორმაციის ინსტრუმენტალიზაცია, რაც პროფესიული და დამოუკიდებელი ინფორმაციის განზომილებას სცილდებოდა, თუმცა წმინდად 'გამოგონილი' ამბები და პირდაპირი გაყალბება ზოგადად უფრო გამონაკლისი იყო, ვიდრე სხვადასხვა მოთამაშეების ნარატივებში დამკვიდრებული წესი.

ჩვენ შეგვიძლია ასევე რაღაც ვისწავლოთ საპირველაპრილო ხუმრობების ხანგრძლივი გაბრწყინების ისტორიიდანაც - მათ შორის შემთხვევითი ჟურნალისტებისგანაც.¹⁹ დღესაც ხშირად ხდება, როცა საინფორმაციო სატირა - რომელმაც მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა ჟურნალისტიკის ანგარიშვალდებულების მხრივ ²⁰- არასწორად არის გაგებული სოციალური მედიის მომხმარებლების მიერ, ვინც ამ კატეგორიის მასალას, როგორც რეალურ ამბავს ისე ავრცელებს^{21,22}. ზოგ შემთხვევაში, ისტორიული მაგალითების გამოძახილია, როდესაც შრეებს ქვემოთ ბევრი შრეა და სავარაუდოდ სატირული ვებ-გვერდები, გაცილებით ფართო ქსელის ნაწილია, რომელიც ინტერნეტ რეკლამებით მოგების მოპოვებას ისახავს მიზნად, რასაც გულბრყვილო მომხმარებლების მხრიდან ბმულზე დაწკაპუნების და გაზიარების საშუალებით აღწევს. ეს გავლენას ახდენს არამარტო 'თვი-

¹⁵ Posetti, J and Matthews, A (2018) A short guide to the history of 'fake news': A learning module for journalists and journalism educators ICFJ <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁶ იხ. ამ სახელმძღვანელოს მესამე მოდული

¹⁷ მაგალითად იხ, რა ითქვა პირველ მასშტაბურ საინფორმაციო ტყუილზე - 'The Great Moon Hoax' of 1835. Detailed here: Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers, *Journal of Mass Media Ethics* 15(2), გვ. 89-100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JME1502_3 [წვდომა 21/11/2020].

¹⁸ Schwartz, A.B. (2015). The Infamous "War of The Worlds" Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke, *The Smithsonian*. <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAaxeJmuCHJSt.99> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁹ Laskowski, A. (2009). How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press, *BU Today*. <http://www.bu.edu/articles/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [წვდომა 21/11/2020].

²⁰ Baym, G (2006) *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism in Political Communication* Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3 გვ. 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [წვდომა 21/11/2020].

²¹ Woolf, N. (2016) As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact, *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [წვდომა 21/11/2020].

²² Abad-Santos, A. (2012). The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive, *The Atlantic*.

თმარქვია' შინაარსზე, არამედ სანდო სიახლეებზე²³- რაც დამატებითი მიზეზია იმისთვის, რომ ჟურნალისტებმა მთელი ძალისხმევა იქითკენ მიმართონ, რომ მათი გაშუქება თავიდანვე ზუსტი იყოს. ასევე, საზოგადოებისთვის ძლიერი არგუმენტია აუდიტორიის მედია და ინფორმაციული წიგნიერების კომპეტენციებით აღჭურვა²⁴, რათა ხალხს ახალი ამბების, რეკლამის, გასართობი და სოციალური მედიის განვითარებადი ჟანრებისა და პრაქტიკის შესახებ მკაფიო ცოდნა და კრიტიკული შეფასების შესაძლებლობა ჰქონდეს.

ისტორია ასევე ცხადყოფს, რომ დეზინფორმაციის მამოძრავებელ ძალებს ამა თუ იმ ფაქტის სისწორესა თუ სიცრუეში ჟურნალისტების ან ფართო აუდიტორიის დარწმუნების მოლოდინი მაინცდამაინც არ აქვთ, არამედ მათი მიზანია ეჭვი დათესონ გადამოწმებადი ინფორმაციის სისწორეში, რომელსაც პროფესიონალები ქმნიან. ეს გაურკვევლობა ნიშნავს იმას, რომ ინფორმაციის ბევრ მომხმარებელს სულ უფრო მეტად უჩნდება განცდა, რომ შეუძლია აირჩიოს ან შექმნას საკუთარი 'ფაქტები', ხანდახან პოლიტიკოსების ხელშეწყობით, რომლებიც ლეგიტიმური კრიტიკის თავიდან არიდებას ცდილობენ.

დავუბრუნდეთ 2018 წელსა და ახალი ტექნოლოგიების სწრაფ გავრცელებას. ის, რომ სოციალურ მედიასა და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების პლატფორმებს აქვთ ხარისხის კონტროლის შეზღუდული სტანდარტები, ლეგიტიმური საინფორმაციო ბრენდების გაყალბებასა და იმიტაციას და ყალბი ინფორმაციის რეალურად გასაღებას ამარტივებს. ასევე, სულ უფრო მეტად არის შესაძლებელი აუდიო და ვიდეო დამუშავება, რომელიც ახალი ამბების ლეგიტიმურ რედაქტირებას სცდება, იმისთვის, რომ გარკვეული პირის ნათქვამი ან ნამოქმედარი რეალობად წარმოაჩინონ და ჩანაწერი ავთენტურად გაასაღონ²⁵, სოციალური კომუნიკაციის სივრცეში კი ვირუსულად გაავრცელონ.

დღესდღეობით, სოციალური მედია ბევრი ტიპის კონტენტით არის გაჯერებული, დაწყებული პირადიდან, დამთავრებული პოლიტიკურით. ბევრ შემთხვევაში ღია და ფარულ შინაარსს მთავრობა, და/ან პოლიტიკური ან კომერციული აქტორების მიერ დაქირავებული საზოგადოებასთან ურთიერთობების ინდუსტრიის კომპანიები ქმნიან. შედეგად, უამრავი ბლოგერი, ინსტაგრამ 'ინფლუენსერი' და youtube-ის ვარსკვლავი პოპულარიზაციას უწევს პროდუქტსა და ასევე პოლიტიკოსებს ისე, რომ არ ამჟღავნებს იმას, რომ ამაში გასამრჯელოს იღებს. ფარული გასამრჯელო ასევე ეძლევათ კომენტატორებს (ხშირად ყალბი იდენტობით), რომლებიც ონლაინ სივრცეში დამოწმებას, დისკრედიტაციასა ან დაშინებას ცდილობენ. ამ ვითარებაში ჟურნალისტიკას საფუძველი ეცლება და თავად ხდება სუბიექტი არა მხოლოდ სამართლიანი კრიტიკისა, არამედ ეგზისტენციალური თავდასხმებისა.

ახლა საფრთხეს წარმოადგენს ეროვნული და საერთაშორისო დეზინფორმაციის 'იარაღის რბოლა' ქცევა, რომელსაც მიკერძოებული 'ახალი ამბების' ორგანიზაციები და სოციალური მედიის ქსელები ავრცელებენ, რაც ინფორმაციულ გარემოს ყველა მხარისთვის ისე აბინძურებს, რომ შესაძლებელია თვით ინიციატორები დააზიანოს²⁶. იქ, სადაც დეზინფორმაციის კამპანიები გამოვლინდა, შედეგად ყველა მონაწილე სუბიექტს მნიშვნელოვანი ზიანი მიაღდა - როგორც განმახო-

²³ ვრცლად ამ თემაზე იხ. მოდული სამი

²⁴ იხ. მოდული ოთხი

²⁵ Solon, O (2017) The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read in The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [წვდომა 21/11/2020].

²⁶ Winseck, D (2008). Information Operations 'Blowback': Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. International Communication Gazette 70 (6), 419-441

რციელებელ ორგანიზაციებს, ასევე მათ პოლიტიკურ კლიენტებს (იხ. ბელ-პოტინგერის²⁷²⁸²⁹³⁰ და კემბრიჯის ანალიტიკას შემთხვევები³¹³²).

ყოველივე ამის შედეგია ის, რომ ციფრულად გააქტიურებული დეზინფორმაცია, პოლარიზაციის პირობებში, საფრთხეს უქმნის ჟურნალისტიკის როლს. უფრო მეტიც, ჟურნალისტიკა, რომელიც ეყრდნობა საზოგადოებრივი ინტერესის შესატყვის გადამონმებად ინფორმაციას - ბოლოდროინდელი ისტორიული მიღწევა, რომელიც თავისთავად გარანტირებული არ არის - შეიძლება თვითონ გახდეს დისკრედიტირებული, როდესაც მანიპულირების თავიდან ასაცილებლად სიფრთხილის გამოჩენა არ ხდება. როდესაც ჟურნალისტიკა დეზინფორმაციისთვის ვექტორი ხდება, ეს კიდევ უფრო ამცირებს საზოგადოების ნდობას და ხელს უწყობს ცინიკური შეხედულების გაზრდას, რომ არ არსებობს განსხვავება, ერთი მხრივ, ჟურნალისტიკის სხვადასხვა ნარატივს შორის, ხოლო მეორეს მხრივ კი, დეზინფორმაციის ნარატივებში. სწორედ ამიტომ კონტენტის წინააღმდეგობრივი გამოყენების ისტორიას და მის სხვადასხვა ფორმებს სასწავლო ხასიათი აქვს. 21-ე საუკუნის მრავალმხრივი ევოლუციის გასაგებად 'ინფორმაციული ქაოსი' უპრეცედენტო გლობალური საფრთხის მიზეზებისა და შედეგების უკეთ გაცნობიერებაში უნდა დაგვეხმაროს - დაწყებული სახელმწიფოს სანქცირებული 'ტროლების არმიის' მიერ ჟურნალისტების შევიწროებიდან, დამთავრებული არჩევნების მანიპულირებით, საზოგადოებრივი ჯანმრთელობისთვის ზიანის მიყენებითა და კლიმატის ცვლილების რისკების აღიარების უარყოფით.

სახელმძღვანელო დეზინფორმაციის კრიზისის წინააღმდეგ ბრძოლაში დასახმარებლად

ეს სახელმძღვანელო, როგორც კურიკულუმი, ორ განსხვავებულ ნაწილად იყოფა: პირველი სამი მოდული აყალიბებს პრობლემას და გვთავაზობს კონტექსტს; დანარჩენი ოთხი მოდული ყურადღებას 'ინფორმაციული ქაოსის' ქმედებებსა და მის შედეგებზე ამახვილებს.

პირველი მოდული, „რატომ არის ის მნიშვნელოვანი: სიმართლე, ნდობა და ჟურნალისტიკა“³³ ხელს შეუწყობს დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ფართო მნიშვნელობისა და შედეგების, და იმის გააზრებას, თუ როგორ ასაზრდოებენ ისინი ჟურნალისტიკაში ნდობის კრიზისს.

მეორე მოდული, 'ინფორმაციულ ქაოსზე' ფიქრი: მცდარი ინფორმაციის და დეზინფორმაციის ფორმატები,³⁴ ხსნის პრობლემას და უზრუნველყოფს ჩარჩოს პრობლემის განზომილებების გასააზრებლად.

21-ე საუკუნეში, მსოფლიოს უმეტეს ნაწილში, მედიის ისედაც მყიფე ნდობა მცირდებოდა მანამ, ვიდრე ახალი ამბების ასპარეზზე სოციალური მედიის პლატფორმები გამოჩნდებოდნენ, რომლებიც ინფორმაციის გასაზიარებლად სივრცესა და ინსტრუმენტებს ნებისმიერს სთავაზობენ.³⁵ მიზეზები მრავალფეროვანი და კომპლექსურია. ოცთათხისათიანმა ონლაინ სამყარომ, ინფორმა-

²⁷ The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine, TimeLive. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [წვდომა 21/1/2020].

²⁸ Cameron, J. (2017) Dummy's guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [წვდომა 21/1/2020]. and Segal, D. (2018) How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. New York Times, 4 Feb 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [წვდომა 21/1/2020].

²⁹ Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Available at: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [წვდომა 21/1/2020].

³⁰ იხ. მოდული შვიდი

³¹ Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [წვდომა 21/1/2020].

³² Cassidy, J. (2018). Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote, The New Yorker. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [წვდომა 21/1/2020].

³³ იხ. მოდული ერთი

³⁴ იხ. მოდული ორი

³⁵ Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Available at <https://www.edelman.com/global-results/> [accessed 03/04/2018].

ციაზე მუდმივი მოთხოვნით, იმ პირობებში, როდესაც რედაქციებში შემცირებებია, შეცვალა ჟურნალისტიკა, როგორც ეს მესამე მოდულშია („ახალი ამბების ინდუსტრიის გარდაქმნა: ციფრული ტექნოლოგია, სოციალური პლატფორმები და მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის გავრცელება“) აღწერილი.³⁶ ინტერნეტით გავრცელებული თაღლითური სიახლეების მასშტაბმა, წარმოებამ და წვდომამ ახლა ჟურნალისტიკისთვის ახალი კრიზისი შექმნა, რასაც ჟურნალისტებზე, მედიასა და საზოგადოებაზე აქვს გავლენა.³⁷

ამდენად, თუ როგორი უნდა იყოს მათი პასუხი, ვინც ჟურნალისტიკის პოპულარიზაციას ახდენს, მათ შორის პედაგოგების, პრაქტიკოსების და მედია პოლიტიკის განმსაზღვრელი პირების, მეოთხე მოდულშია მოცემული (მცდარ ინფორმაციასთან ბრძოლა მედია და ინფორმაციული წიგნიერების საშუალებით)³⁸.

საბოლოო ჯამში, ეს არის გადამონშების დისციპლინა, რომელიც პროფესიონალურ ჟურნალისტიკას ყველა დანარჩენისგან მიჯნავს³⁹ და რაზეც ყურადღება გამახვილებულია მეხუთე მოდულში, გადამონშება: ფაქტჩეკინგი 101⁴⁰; მეექვსე მოდული, სოციალური მედიის ვერიფიკაცია: წყაროებისა და ვიზუალური კონტენტის შეფასება⁴¹ ძალიან პრაქტიკულია და გადამონშებისა და მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ჟურნალისტიკის გამოწვევებს ეხება, რაც ციფრულმა ტექნოლოგიებმა და სოციალურმა მედიამ მოიტანა.

ახალი ამბების წარმოების პროცესში ყველას ჩართვით, სოციალურმა ქსელმა დაკარგა ცენტრალური “მცველის” (gatekeeper) ფუნქცია.⁴² ჟურნალისტიკა გრძნობს შედეგებს, მაგრამ ისევე როგორც ნებისმიერი ტექნოლოგიით განპირობებული ზიანის მიყენებისას, ესჭირდება დრო შეფასების, გაზომვისა და პასუხების ფორმულირებისთვის. კვლევებამდე და საუკეთესო პრაქტიკის დამკვიდრებამდე, ინტენსიური მუშაობის პერიოდი გარდაუვალია.

დეზინფორმაცია მართლაც გლობალური პრობლემაა, რომელიც პოლიტიკურ სფეროს სცდება და ინფორმაციის ყველა ასპექტზე, მათ შორის კლიმატის ცვლილებაზე, გართობაზე და ა.შ. ვრცელდება. თუმცა, დღემდე დოკუმენტირებული ბევრი საქმე, თავდაპირველი რეაგირება და კვლევისა და ინსტრუმენტებისთვის ადრეული დაფინანსება აშშ-დან მომდინარეობს, სადაც გლობალური ტექნოლოგიური გიგანტების სათაო ოფისებია განთავსებული და სადაც აშშ-ს პრეზიდენტმა დონალდ ტრამპმა ‘ყალბი ამბების’ გავრცელებაში ჟურნალისტები დაადანაშაულა, რამაც რეაგირება და დაფინანსება განაპირობა.

გლობალური სურათი ყოველდღიურად იცვლება, განსაკუთრებით ცალკეული სახელმწიფოების მხრიდან რეაგირების მხრივ - მათგან ბევრი პრობლემის აღმოფხვრის გზად რეგულირებას და კანონმდებლობის ცვლილებებს განიხილავს. ტექნოლოგიურმა გიგანტებმა, თავიანთი პლატფორმებიდან მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის აღმოფხვრის მიზნით ძალისხმევა ასევე გააძლიერეს.

იმის გათვალისწინებით, რომ დეზინფორმაცია და მცდარი ინფორმაცია საზიანოა მთელი საზოგადოებისთვის,⁴³ ვიდრე ეს გამოცემა მზადდებოდა, ევროკომისიამ, მოკვლევის საფუძველზე⁴⁴, ანგა-

³⁶ იხ. მოდული სამი

³⁷ Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] The Guardian. Available at <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [accessed 03/04/2018].

³⁸ იხ. მოდული ოთხი

³⁹ Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

⁴⁰ იხ. მოდული ხუთი

⁴¹ იხ. მოდული ექვსი

⁴² Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news. [online] The Conversation. Available at <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [accessed 03/04/2018].

⁴³ Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. ხელმისაწვდომია https://multimedia.europarl.europa.eu/en/hate-speech-populism-and-fake-news-on-social-media-towards-an-eu-response-extracts-from-the-debate_1136357-V_v [წვდომა 21/1/2020].

⁴⁴ European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online] Available at http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [წვდომა 21/1/2020].

რიში⁴⁵ გამოაქვეყნა. პოლიტიკოსებმა და საჯარო პოლიტიკის ორგანოებმა ინდივიდუალურ ქვეყნებში, ავსტრალიიდან ფილიპინებამდე, კანადაში, საფრანგეთში, დიდ ბრიტანეთში, ბრაზილიაში, ინდოეთსა და ინდონეზიაში განიხილეს, თუ რა უნდა გაკეთდეს საპასუხოდ.⁴⁶ კანონმდებლობის თვალსაზრისით, გერმანია იყო პირველი ახალი კანონით, რომელიც ციფრული პლატფორმების მკაცრად დაჯარიმებას ითვალისწინებს, თუ ისინი გამოქვეყნებიდან 24 საათში 'არალეგალურ შინაარსს', მათ შორის 'ყალბ ამბებს' არ წაშლიან.⁴⁷ 2018 წლის აპრილში მალაიზიის პარლამენტმა ასევე მიიღო ყალბი ამბების სანინააღმდეგო კანონი, თუმცა მისი გაუქმება ამავე წლის აგვისტოში მოხდა.⁴⁸ სახელმწიფო მხრიდან რეაგირებების განახლებული სია პოინტერის ინსტიტუტმა შეადგინა.⁴⁹

გამოხატვის თავისუფლების დამცველები შიშობენ, რომ კანონმდებლობა დააზარალებს ინფორმაციისა და აზრის დემოკრატიზაციას, რაც ახალი ტექნოლოგიების საშუალებით გახდა შესაძლებელი. ზოგიერთ ქვეყანაში კანონმდებლობა შეიძლება კრიტიკული მედიის გასაჩუმებლად იყოს გამოყენებული.⁵⁰

ბევრი ჟურნალისტისთვის, ვისაც ღრმად სწამს გამოხატვის თავისუფლების და დიდი ხანია საკუთარ თავს დემოკრატიულ საზოგადოებაში⁵¹ მნიშვნელოვან მოთამაშედ თვლის, "ინფორმაციულ ქაოსთან" გამკლავება კომპლექსური საკითხია. ის ამასთანავე პირადულიცაა: ონლაინ თავდასხმები ჟურნალისტებზე, განსაკუთრებით ქალებზე - საკმაოდ გავრცელებულია და ხშირად ფიზიკურ და ფსიქოლოგიურ საფრთხეს ქმნიან, ე.წ. გამყინავი ეფექტით ჟურნალისტიკაზე, როგორც ეს მეშვიდე მოდულშია მითითებული (ონლაინ თავდასხმების წინააღმდეგ ბრძოლა: როდესაც სამიზნე ჟურნალისტები და მათი წყაროები).⁵²

დებინფორმაცია და მცდარი ინფორმაცია ჟურნალისტების რეპუტაციისა და უსაფრთხოების გამოწვევებს ცდება. ისინი ეჭვქვეშ აყენებენ მათ მიზანს და ეფექტიანობას და სამოქალაქო დისკურსის საზიანოდ ჟურნალისტიკის დეგრადაციას ახდენენ. სტანდარტებისა და სოციალური რელევანტურობის გაუმჯობესება ყველა მომავალი ჟურნალისტის და მთლიანად საზოგადოების ინტერესებშია. ამ სახელმძღვანელომ უნდა უბიძგოს მკვლევარებს, სტუდენტებსა და პრაქტიკოსებს, განიხილონ და იმსჯელონ იმაზე, თუ როგორ შეიძლება ჟურნალისტიკამ უკეთ შეუნყოს ხელი ღია საზოგადოებას და დემოკრატიას ახალ კონტექსტში, რადგან:

"ფუნქციონირებადი პიესა და დემოკრატია მოითხოვს კიტიკას, გამჭვირვალობას და შედეგებს ჟუჰნადისგუჰი შეცდომების გამო. ისინი ასევე მოითხოვენ, რომ ჩვენ კოდექსიუხად შევძლოთ სიცხუისა და გყუიღებისგან მათი გამიჯვნა. წინააღმდეგ შემთხვევაში... ჰეაღუჰი ინფოჰმაცია წაჰმოჩენიდი იქნება, ჰოგოჰც ყადბი, ხოდო გაყადბებუდი (ნაჰჩენები) - ჰოგოჰც ფაქტი. " - კჰეიგ სიდვეჰმანი⁵³

⁴⁵ European Commission (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [accessed 03/04/2018].

⁴⁶ Malloy, D. (2017). *How the world's governments are fighting fake news*. [online] ozy.com. Available at <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [accessed 03/04/2018].

⁴⁷ Federal Ministry of Justice and Consumer Protection. (2017). Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act, netzdg). [online]. ხელმისაწვდომია: https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [წვდომა 21/1/2020].

⁴⁸ Malaysia scraps 'fake news' law used to stifle free speech. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [წვდომა 21/1/2020].

⁴⁹ Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world (Poynter). ხელმისაწვდომია <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [წვდომა 21/1/2020].

⁵⁰ https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf

⁵¹ McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, ed., *Handbook of Journalism Studies*, 6th ed. [online] New York: Routledge

⁵² იბ. მოდული შვიდი

⁵³ Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term "Fake News" And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Available at <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-kringe> [accessed 03/04/2018].

შენიშვნა ეთიკასა და თვითრეგულირებაზე

ეთიკური და ანგარიშვალდებული ჟურნალისტიკისთვის პროფესიული სტანდარტები დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციისგან დაცვის მნიშვნელოვანი საშუალებაა. ნორმები და ღირებულებები, რომლებითაც ჟურნალისტები ხელმძღვანელობენ, წლების განმავლობაში ყალიბდებოდა, რათა ჟურნალისტიკას გამორჩეული მისია და მოქმედების შესაძლებლობა მისცემოდა. თავის მხრივ, ეს იცავს გადამონმებად ინფორმაციას და ინფორმირებულ კომენტარს, რომელიც საზოგადოებრივ ინტერესებს ემსახურება. სწორედ ეს ფაქტორები ამყარებენ ნდობას ჟურნალისტიკის მიმართ. ამდენად, ისინი ამ სახელმძღვანელოს ორგანული ნაწილია.

ამ კონტექსტში, ღირს ლონდონის ეკონომიკის სკოლის პროფესორის, ჩარლი ბეკეტის სიტყვების ციტირება, რომელიც ჟურნალისტებისთვის “ყალბი ამბების” კრიზისის პოტენციურ ღირებულებას ასე აფასებს:

“...ყალბი ამბები საუკეთესო ხამ აჩის, ხაც ათწლეულების განმავლობაში მომხდაია. იგი საშუალებას აძლევს მეინსტრიმულ ხაზისხიან ჟუჰნადისტიკას აჩვენოს, რომ მას აქვს ფასი, რომელიც კომპეტენციას, ეთიკას, ჩაითუდობასა და გამოცდილებას ეფუძნება. ეს აჩის გამოსაფხიზრებელი მოწოდება, რომ ის უფრო გამჭვიხვადე, ადეკვატუხი და ადამიანების ცხოვხებისთვის ღიხებული იყოს. მას შეუძლია განავითაქოს ფაქტჩეეინგის, მითების გაქაქწყდების ახადი ბიზნეს მოდედი და ზოგადად, სიყადბის უკეთეს ადგეხნატივად ჩამოყადიბდეს.”⁵⁴

‘სიმართლის გადმოცემის’ ძიებაში, ჟურნალისტები ყოველთვის ვერ უზრუნველყოფენ ‘სიმართლეს’. მიუხედავად ამისა, ჟურნალისტიკის ფუნდამენტური პრინციპებია მისწრაფება, სწორად გადმოსცენ ფაქტები და მოამზადონ შინაარსი, რომელიც ზუსტად ასახავს ფაქტებს. თუმცა, როგორ გამოიყურება ეთიკური ჟურნალისტიკა ციფრულ ხანაში?

ეთიკური ჟურნალისტიკა, რომელიც აფასებს გამჭვირვალობის პრაქტიკასა და ანგარიშვალდებულებას, ‘ინფორმაციული ქაოსის’ ეპოქაში ფაქტებისა და სიმართლის დაცვისთვის ბრძოლაში მნიშვნელოვანი იარაღია. ახალი ამბების ჟურნალისტები დამოუკიდებლობები უნდა იყვნენ. ეს ნიშნავს იმას, რომ არ იმოქმედონ, ფორმალურად ან არაფორმალურად, სპეციფიური ინტერესების სახელით. ეს, ასევე ნიშნავს, გამჭვირვალობის ინტერესებისთვის, ინტერესთა კონფლიქტის აღიარებას და საჯაროდ გაცხადებას. როგორც კოლუმბიის უნივერსიტეტის ციფრული ჟურნალისტიკის ცენტრის პროფესორმა ემილი ბელმა განმარტა, პროფესიონალური ჟურნალისტიკის ფასეულობები არის:

“იმაში დაქწმუნება, რომ ინფოქმაცია ზუსტია, მასზე პასუხისმგებლობის აღება, თუ ის ზუსტია აქ აღმოჩნდება, ინფოქმაციის და ჰეპოქგაჟის წყაქოს გამჭვიხვადობა, მთაქობის, ინგეჰესტა ჯგუფების, კომეიქიუდი ინგეჰესების, პოდიციისთვის წინააღმდეგობის გაწევა, თუ ისინი გაშინებენ, გემუქებიან ან ცენზუქას გიწესებენ. წყაქობის დაცვა დაპატიმხებისა და გამჟღავნების საპიქწონედ. იმის ცოდნა, რომ დიეიქი საჯაქო ინგეჰესის დაცვის შემთხვევაში, შეიძლება დააქღვიო კანონი და მზად იყო, ციხეში წასვლით საკუთაქი ჰეპოქგაჟისა და წყაქობის დასაცავად. იმის ცოდნა, ჰოდისაა ქალაცის გამოქვეყნება აქაეთიკუქი. პიქადი ცხოვხების ხედშეუხებდობის საზოგადოებქივი ინგეჰესის ფაქთო უფდებებით დაბადანსება.”⁵⁵

არაკეთილსინდისიერი პოლიტიკის, ‘ინფორმაციული ქაოსის’ კრიზისის, ონლაინ სიძულვილის გამოვლენის, ‘შინაარსობრივი- მარკეტინგის’, რეკლამირების და საზოგადოებასთან ურთიერთობის “თვითმომსახურე-სპინის” პირობებშიც კი, ახალი ამბების ორგანიზაციები და ჟურნალისტები კვლავ უნდა აფასებდნენ ეთიკურ ჟურნალისტიკას, როგორც მედია პრაქტიკის მდგრადი მოდელის

⁵⁴ Beckett, C. (2017). ‘Fake news’: The best thing that’s happened to Journalism at Polis. <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [accessed 04/03/2018].

⁵⁵ Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Full text), The Guardian <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [accessed 01/04/2018].

ცენტრალურ საყრდენს - მაშინაც კი, როცა ფინანსური და ნდობის კრიზისების დაძლევა უწევთ. ჟურნალისტიკის და მათი წყაროების დაცვაში, როდესაც სახეზეა დასაბუთებული საჯარო ინტერესი, დემოკრატიებსაც უნდა ეთქმოდეთ თავიანთი სიტყვა.

ეთიკის კოდექსები⁵⁶, რომლებიც შექმნილია საჯარო ინტერესის საკითხებზე ინფორმაციის შეგროვებისა და გადამონმების მიზნით, არის ის, რაც ჟურნალისტიკას და, განსაკუთრებით, ახალი ამბების რეპორტაჟებს, სხვა ტიპის კომუნიკაციისგან განასხვავებს. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ციფრულ ეპოქაში, რომელსაც არა მხოლოდ კომუნიკაციების დემოკრატიზაცია ახასიათებს, არამედ დეზინფორმაციის, მცდარი ინფორმაციის, სიცრუისა და შეურაცხყოფის მუდმივი მოზღვავება. ამ კონტექსტში, ეთიკური ჟურნალისტიკა კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, როგორც ჩარჩო ჟურნალისტიკის მოდელისთვის, რომელიც აუდიტორიის სრულფასოვანი ჩართულობის ინტერესებიდან გამომდინარე ნდობასა და ანგარიშვალდებულებას ანიჭებს უპირატესობას.

ნდობა გაშუქებისადმი, რომელიც ზუსტი, ანგარიშვალდებული და დამოუკიდებელია, აუცილებელია აუდიტორიის მოსაზიდად და ისეთი საჯარო სივრცის შესაქმნელად, სადაც დებატები გაზიარებული ფაქტების საფუძველზე შეიძლება წარიმართოს. ინფორმირებული აუდიტორია, რომელიც ჩართულია და აზიარებს სანდო შინაარსს, დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის გავრცელების მნიშვნელოვან ანტიდოტს წარმოადგენს.

იმისთვის, რომ ცვალებად მედია გარემოში ამ ფუნდამენტური ღირებულებების დანერგვა მოხდეს, რედაქციები და მედია ორგანიზაციები იღებენ და ადაპტირებას უკეთებენ ქვეყნის კოდექსებს, ქმნიან მექანიზმებს, რომლებიც საზოგადოების წინაშე მათ ანგარიშვალდებულებას უზრუნველყოფს - როგორიცაა, თვითრეგულირების სტრუქტურის შემადგენელი პრეს-საბჭოები, მკითხველთა რედაქტორები, სარედაქციო პოლიტიკა და შიდასარედაქციო ომბუდსმენები. ამგვარი სტრუქტურები პროფესიული შეფასების კონტექსტში შეცდომების იდენტიფიცირების შესაძლებლობას იძლევა, მათ შეუძლიათ ხელი შეუწყონ შეცდომების საჯაროდ აღიარებას და შესწორების მოთხოვნას. ისინი ხელს უწყობენ საჯარო ინტერესის შესაბამისი გამოქვეყნების სტანდარტის პროფესიული ნორმების დამკვიდრებას. იმ დროს, როცა საინფორმაციო საშუალებების გარე რეგულირების მომხრე კრიტიკოსები ჟურნალისტებს დაცინვით 'უკბილო ვეფხვებს' უწოდებენ, ეს სტრუქტურები დეზინფორმაციის კრიზისის კონტექსტში მნიშვნელოვან მიზანს ემსახურებიან: ისინი ხელს უწყობენ პროფესიული ანგარიშვალდებულებისა და გამჭვირვალობის განმტკიცებას, რითაც ჟურნალისტიკისადმი საზოგადოების ნდობას აძლიერებენ. ისინი ასევე ხელს უწყობენ ჟურნალისტიკის განსაკუთრებული მახასიათებლების გამოყოფას, რომლებიც ვერიფიკაციის დისციპლინას, სიზუსტის და სანდოობის მისაღწევად, დეზინფორმაციის, პროპაგანდის, რეკლამისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის ერთმანეთისგან გასამიჯნად აყალიბებენ.

‘ჟუჰნადისტიკიდან’ ჟუჰნადისტიკამდე

ისტორიას ჩაბარდა ის დღეები, როდესაც ჟურნალისტური ეთიკა მხოლოდ პროფესიით იყო შემოფარგლული. ეს ფაქტი საყოველთაოდ აღიარებულია, მათ შორის გაერთიანებული ერების მიერ - გაეროს გენერალური მდივნის 2017 წლის ანგარიშში ჟურნალისტების უსაფრთხოებაზე a/72/290⁵⁷ აღნიშნულია:



“ტერმინი „ჟურნალისტი“ ჟურნალისტებს და მედიის სხვა მუშაკებს მოიცავს. დოკუმენტში CCPR/C/GC/34, პარაგრაფი 44, ჟურნალისტიკა განსაზღვრულია როგორც ფუნქცია, რომელსაც სუბიექტთა ფართო სპექტრი ახორციელებს, მათ შორის შტატიანი კორესპონდენტები და ანალიტიკოსები, ისევე როგორც ბლოგერები და სხვები, რომლებიც ბეჭდვით საშუალებებში, ინტერნეტით ან სხვაგან მასალებს თავადვე აქვეყნებენ.”⁵⁸

⁵⁶ მაგალითად, იხილეთ ავსტრალიის მედიის, გართობისა და ხელოვნების ალიანსის ჟურნალისტური ეთიკის კოდექსი, ხელმისაწვდომია: <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [წვდომა 21/1/2020].

⁵⁷ ხელმისაწვდომია <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [accessed on 16/06/2018].

⁵⁸ იხ. ასავე გაეროს დოკუმენტები: A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 and Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, and A/HRC/16/44 and Corr.1, para. 47.

იუნესკოს გენერალური კონფერენცია ამავე სულისკვეთებით მოიხსენიებს „ჟურნალისტებს, მედიის მუშაკებს და სოციალური მედიის პროდუსერებს, რომლებიც ონლაინ და ოფლაინ მნიშვნელოვანი მოცულობის ჟურნალისტიკას ქმნიან“ (რეზოლუცია 39, 2017 წლის ნოემბერი)⁵⁹. გაეროს სამოქმედო გეგმა ჟურნალისტების უსაფრთხოებისა და დაუსჯელობის საკითხების შესახებ, რომელიც გაეროს აღმასრულებელმა საბჭომ 2012 წელს დაამტკიცა, აღნიშნავს: „ჟურნალისტების დაცვა არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ ფორმალურად აღიარებული ჟურნალისტებით, არამედ უნდა მოიცავს სხვებიც, მათ შორის სათემო მედიის მუშაკები, მოქალაქე ჟურნალისტები და ისინი, ვინც ახალ მედიას შესაძლოა, საკუთარ აუდიტორიაზე წვდომისთვის იყენებდეს“⁶⁰.

ამ თვალსაზრისით, ჟურნალისტიკა შეიძლება ჩაითვალოს საქმიანობად, რომელიც საჯარო ინტერესიდან გამომდინარე გავრცელებული გადამოწმებადი ინფორმაციის ეთიკური სტანდარტებით ხელმძღვანელობს. მათ, ვისაც პრეტენზია აქვს ჟურნალისტურ საქმიანობაზე, შეიძლება უფრო ფართო არეალი ჰქონდეთ, ვიდრე პროფესიით ჟურნალისტებს, ხოლო ისინი, ვინც დასაქმებულია, ან თავს ჟურნალისტად მიიჩნევს, შესაძლოა შემთხვევით ან სისტემატურად ვერ უზრუნველყოფდეს ისეთი შინაარსის მომზადებას, რომელიც საზოგადოებრივი ინტერესის შესაბამის ზუსტ, სამართლიან, პროფესიონალურ და დამოუკიდებელ მასალად ითვლება. ფორმალურ ან მოთხოვნილ სტატუსზე მეტად მნიშვნელოვანია, თუ რა სახის კონტენტი იქმნება.

მაშინ, როცა ჟურნალისტიკა გამომხატვის თავისუფლებას ეფუძნება, რომელიც ამავედროულად ინდივიდუალური უფლებაცაა, ის გამომხატვის სხვა ფორმებისგან (მაგ., პოეზია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, რეკლამა, დეზინფორმაცია, ა.შ.) განსხვავებული, განსაკუთრებული უფლებაა, რომლის სტანდარტები პროფესიულ ჟურნალისტურ ეთიკასთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული.

ახის თუ ახა გამჭვირვალობა ახალი ობიექტურობა?

ობიექტურობა შეიძლება ბევრ რამეს ნიშნავდეს. სუბიექტურობისგან დისტანცირების თვალსაზრისით, პროფესიონალურ ჟურნალისტიკაში ეს მუდმივად საკამათო თემაა. ობიექტურობისკენ შეიძლება მიისწრაფოდნენ, მაგრამ ის იშვიათად მიღწევადია და შეიძლება ყოველთვის სასურველიც არ იყოს სისასტიკის ან არაჰუმანური ქმედების ფონზე (მაგალითად, სამართლიანი და დაბალანსებული რეპორტაჟი ომის დანაშაულებში გასამართლებულთა მიმართ ისეთივე მორალურ ნდობას არ იწვევს, როგორც იმ ადამიანთა მიმართ, ვინც ომს გადაურჩა - თუმცა, არც ეს უკანასკნელი უნდა იყოს სიმართლის გამოძიებაზე უფრო მაღლა). მაგრამ **სამართლიანობა, დამოუკიდებლობა, სიზუსტე, კონტექსტი, გამჭვირვალობა, წყაროების კონფიდენციალურობის დაცვა და პერსპექტივის ხედვა**⁶¹ რეპორტაჟში აყალიბებს ნდობას, სანდოობასა და დამატერებლობას.

2009 წელს ჰარვარდის უნივერსიტეტის მკვლევარმა დოქტორ დევიდ ვეინბერგერმა განაცხადა, რომ „გამჭვირვალობა არის ახალი ობიექტურობა“⁶². იმავე წელს, BBC-ის გლობალური ამბების განყოფილების ყოფილმა დირექტორმა, რიჩარდ სამბრუკმა განმარტა, რომ ‘ახალი მედიის ხანაში’ ნდობას გამჭვირვალობა და არა ობიექტურობა უზრუნველყოფს:



“...ღღეს ახალი ამბები ისევ უნდა აკმაყოფილებდეს სიზუსტის და სამაჩთიანობის მოთხოვნას, მაგრამ მკითხველისთვის, მსმენელისთვის და მაყუხებელისათვის მნიშვნელოვანია, დაინახოს, როგორ ხდება ინფორმაციის წახმოება, ვინ ახის მისი წყარო და როგორ მუშაობს ის. ინფორმაციის წახმომადგობა ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც მისი გავრცელება.”⁶³

⁵⁹ გენერალური კონფერენციის ჩანაწერები. 39-ე სესია. პარიზი, 30 ოქტომბერი – 14 ნოემბერი 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [accessed 02/07/2018].

⁶⁰ გაეროს სამოქმედო გეგმა ჟურნალისტების უსაფრთხოებისა და დაუსჯელობის შესახებ. 1CI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [accessed 03/11/2017].

⁶¹ იხ, ძირითადი პრინციპები შემდეგ თავში

⁶² Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity*. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [accessed 28/03/2018].

⁶³ Bunz, M. (2009). *How Social Networking is Changing Journalism*. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [accessed 28/03/2018].

განსხვავებები

ზემოთხსენებული პროფესიული ჟურნალისტური პრაქტიკის ძირითადი კომპონენტები არ ნიშნავს, რომ ჟურნალისტიკის მხოლოდ ერთი ფორმა არსებობს. ამ მიზნების მიღწევა სხვადასხვა ჟურნალისტური სტილითა და თხრობით არის შესაძლებელი, თითოეული მათგანი განსხვავებულ ნარატივს მოიცავს, რომელიც თავის მხრივ, სხვადასხვა ფასეულობებს და სამართლიანობის, კონტექსტის და ფაქტების შესაბამისობის განსხვავებულ პერსპექტივებს ეყრდნობა. მაგალითად, მედია საშუალებებს, ყოველგვარი დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის გავრცელების ინტერესის გარეშე, საინფორმაციო მიზანშეწონილობიდან გამომდინარე, კონკრეტულ სიახლეზე შეიძლება განსხვავებული ხედვა (ზოგმა შეიძლება, უგულებელყოს კიდეც ის) ჰქონდეთ (იხ. შემდეგი თავი ამ სახელმძღვანელოს მოდულუ კუჩიკუდუმად გამოყენება და მოდულები 1, 2 და 3). თუმცა, როდესაც შინაარსი ჟურნალისტურ პრინციპებს ცდება და განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ის ინფორმაციის სახით არის მოწოდებული, საქმე გვაქვს არა ჟურნალისტიკასთან, არამედ დეზინფორმაციის სპეციფიურ ფორმასთან.

წინამდებარე შესავალ თავში ყურადღება გამახვილებულია 'ყალბი ამბების' შესახებ დისკუსიის შედეგად წამოჭრილ საკითხებზე, რაც განმარტების, ანალიზისა და სწავლების მოდულების კონტექსტს ხსნის.

სახელმძღვანელოს მოდულური კურიკულუმად გამოყენება

ჯუდი პოზეტი

კურსი ჰურვისტულ პედაგოგიურ მოდელს ეყრდნობა¹, რაც გულისხმობს მომხმარებლების წახალისებას, სწავლის პროცესს საკუთარი გამოცდილება შესძინონ. გაკვეთილებს არ აქვთ სავალდებულო შინაარსი; საპირისპიროდ, უნდა მოხდეს სწავლების კონკრეტულ ეროვნულ, კულტურულ, ინსტიტუციონალურ და ინდუსტრიულ კონტექსტზე ადაპტირება. მიუხედავად არაერთი ძალისხმევისა, რომ კურსი გლობალურ აუდიტორიაზე ყოფილიყო გათვლილი, მას გარკვეული შეზღუდვები მაინც აქვს. ავტორები მტკიცედ მოუწოდებენ პედაგოგებს, ინსტრუქტორებსა და მონაწილეებს, მოახდინონ საქმეების, მაგალითების და რესურსების მათ რეგიონულ გამოცდილებასთან და მათთვის გასაგებ ენებზე ადაპტირება.

ყოველივეს გათვალისწინებით, სახელმძღვანელოს გამოყენების შესაძლო გზებია:

სრული კურსის/საგნის დანერგვა უმაღლესი განათლების/ხარისხის არსებულ პროგრამებში (ჟურნალისტიკა, კომუნიკაციები, ციფრული მედია ან მედია კვლევები). მისი შეთავაზება ასევე შეიძლება არჩევით საგნად პოლიტიკისა და სოციოლოგიის მიმართულებით, რომელიც მედიისა და კომუნიკაციების საკითხებს მოიცავს.

- ▶ დამატებითი რესურსი არსებული კურსის/საგნის შესავსებად (მაგალითად, მედიის ისტორია; მედია ეთიკა; წყაროები და ინფორმაციის გადამოწმება; მედია კრიტიკა; ციფრული მედია; სოციალური მედია). შესაძლებელია მრავალი შესწავლილი საქმის, სალექციო მასალისა და შემოთავაზებული საკითხავის ინტეგრირება არსებულ კურსებში/საგნებში, როგორც მაგალითების და ლიტერატურის განახლების შესაძლებლობა სწრაფად აღმოცენებადი დებინფორმაციის კრიზისის საპასუხოდ.
- ▶ ახალი ამბების ორგანიზაციების, ინდუსტრიის ან მედიის განვითარების სააგენტოების მიერ ჟურნალისტებისთვის, უფლებადამცველებისა და ჟურნალისტიკის სხვა პრაქტიკოსებისთვის შეთავაზებული ცალკე სრულფასოვანი კურსი.
- ▶ როგორც სასწავლო სახელმძღვანელო: ჟურნალისტიკის ტრენერებს შეიძლება სურდეთ ამ მოდულების საკუთარი მიზნებისთვის ადაპტირება, რეკომენდირებულ საკითხავ ლიტერატურაზე და შესწავლილ მაგალითებზე დაყრდნობით უფრო სპეციფიური რესურსების სამიზნე ჟურნალისტთა ჯგუფისთვის მომზადება.
- ▶ შთაგონება ბლოგ პოსტების სერიისთვის, რომელშიც ინდუსტრიის, მედია საშუალებების ან მედიის განვითარების სააგენტოების წარმომადგენლები ცოდნას გააზიარებენ.
- ▶ საკითხავი რესურსი პრაქტიკოსი ჟურნალისტებისთვის ინტელექტუალური თვალსაწიერის გამდიდრებისა და პროფესიული განვითარებისთვის. მაგალითად, ბევრი განხილული მეთოდი, თვითშემეცნების შედეგად, შეიძლება გაშუქების დროს სავალდებულო გახდეს. ზოგიერთი განხილული მაგალითი შეიძლება გაშუქების გაუმჯობესების ინსპირაცია იყოს, სადაც ადგილობრივი ამბები უფრო კომპლექსურად და კონტექსტუალურად იქნება შესწავლილი (მაგალითად, ამბავი ტყუილების შესახებ, რომელმაც ადგილობრივი ჟურნალისტები გააბრიყვა, შესაძლებელია გაშუქდეს დებინფორმაციის ისტორიის საერთაშორისო კონტექსტში, აქცენტით იმაზე, რომ სოციალურ მედიაში უახლესი ცვლილებების ფონზე დებინფორმაცია და მცდარი ინფორმაცია ვირუსულად ვრცელდება).
- ▶ საფუძველი საკითხავი მასალების, რესურსებისა და ინსტრუმენტების კოლექციისთვის, რომელიც ახლად აღმოცენებულ სფეროში კვლევებისა და პრაქტიკის განვითარების მიზნით შეიქმნა.

¹ Banda, F (Ed) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [accessed: 28/03/2018].

ძიხითადი პრინციპები

პროცესის გამჭვირვალობის და მკაფიო ეთიკური სტანდარტების დახმარებით, დღეს ჟურნალისტიკის განსაკუთრებული როლი მდგომარეობს იმაში, რომ გადამოწმებული შინაარსის მიმართ სიცხადეს და ნდობის განმტკიცებას ხელი შეუწყოს. ამ კურსის განხორციელებისთვის, სავარჯიშოების და დისკუსიების ჩატარებისთვის, ასევე შეფასებების გაკეთებისთვის, უნდა მიჰყვეთ შემდეგ შვიდ პრინციპს, რომელიც გარკვეულწილად ეთიკას შეეხება²:

- ▶ **სიზუსტე:** ჟურნალისტებს ყოველთვის არ შეუძლიათ 'სიმართლის' უზრუნველყოფა, მაგრამ სიზუსტე და ფაქტების სწორად გადმოცემა ჟურნალისტიკის საკვანძო პრინციპად რჩება.
- ▶ **დამოუკიდებლობა:** ჟურნალისტები უნდა იყვნენ დამოუკიდებლები. ეს იმას ნიშნავს, რომ ფორმალურად თუ არაფორმალურად, სპეციფიური ინტერესების სასარგებლოდ არ უნდა იმოქმედონ და გამჭვირვალობის ინტერესიდან გამომდინარე, განაცხადონ ნებისმიერი რამ, რაც შესაძლოა ინტერესთა კონფლიქტად კვალიფიცირდეს.
- ▶ **სამართლიანობა:** ინფორმაციის, მოვლენების, წყაროების და მათი ამბების სამართლიანი გაშუქება გულისხმობს ინფორმაციის გონებამახვილურად და გამჭრიახად გაფილტვრას, აწონვას და შეფასებას. კონტექსტის უზრუნველყოფა და მოსაზრებათა განსხვავებული სპექტრის წარმოდგენა გაშუქებას სანდოობას და დამაჯერებლობას ჰმატებს.
- ▶ **კონფიდენციალურობა:** საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ერთ-ერთი მთავარი პრინციპია კონფიდენციალური წყაროების დაცვა (მცირე გამონაკლისების გარდა). ეს აუცილებელია ინფორმაციის წყაროებისადმი ნდობის შესანარჩუნებლად (მათ შორის მამხილებლების) და ზოგიერთ შემთხვევაში, ამ წყაროების უსაფრთხოების უზრუნველყოფა.³
- ▶ **ჰუმანურობა:** რასაც ჟურნალისტები აქვეყნებენ ან აშუქებენ, შეიძლება საზიანო იყოს (მაგალითად, კორუმპირებული პოლიტიკოსის მიერ განცდილი დამცირება, კარგი ჟურნალისტური გამოძიების შედეგად), თუმცა ჟურნალისტიკის გავლენა სხვის ცხოვრებაზე მხედველობაშია მისაღები. აქ საჯარო ინტერესი განმსაზღვრელი პრინციპია.⁴ ჰუმანურობა ასევე გულისხმობს დაუცველი ჯგუფების წინაშე მდგარი პრობლემების გათვალისწინებას, იმ შემთხვევაშიც კი, როცა სოციალურ-სამართლიანობაზე ორიენტირებული ჟურნალისტიკის სტილი მუდმივად არ არის უზრუნველყოფილი.
- ▶ **ანგარიშვალდებულება** პროფესიონალიზმისა და ეთიკური ჟურნალისტიკის უტყუარი ნიშანია;⁵ ასევე შეცდომების მყისიერად, მკაფიოდ და სამართლიანად შესწორება; აუდიტორიის შენიშვნების მოსმენა⁶ და მათზე რეაგირება. ასეთი პრაქტიკა შეიძლება ახალი ამბების ორგანიზაციების სახელმძღვანელო პრინციპებში იყოს გაწერილი და თვითრეგულირების ორგანოების მეშვეობით იყოს უზრუნველყოფილი, რომლებიც

² შენიშვნა: შვიდიდან ხუთი პრინციპი ეთიკური ჟურნალისტიკის ქსელის "ჟურნალისტიკის ხუთ საკვანძო პრინციპს" ეყრდნობა <http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [accessed 22/4/2018]. თუმცა, აქ "სამართლიანობა" "მიუკერძოებლობაზე" უპირატესია, რადგანაც "მიუკერძოებლობა" ხშირად "ობიექტურობაშია" აღრეული და შესაბამისად ყველა წყაროს და ფაქტის თანაზომად წარმოჩენის მოთხოვნა არასწორია. ეს პრობლემური კონცეფცია იმის გამოც, რომ ჟურნალისტიკაში "ობიექტურობა" დღესდღეობით წინააღმდეგობრივი თემა გახდა.

³ Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO)

⁴ ახალი ეთიკური მოდელისთვის, რომელიც ციფრულ ხანაში ემპათიას იყენებს, იხ: Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [წვდომა 21/11/2020].

⁵ იხ: <http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [წვდომა 21/11/2020].

⁶ Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused listening can help address journalism's trust problem, at American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [წვდომა 21/11/2020].

ჟურნალისტიკას ნებაყოფლობითი პროფესიული ქცევის კოდექსების საფუძველზე ანგარიშვალდებულს ხდის.

- ▶ **გამჭვირვალობა** პრაქტიკაში ანგარიშვალდებულებას და ჟურნალისტიკისადმი ნდობის ჩამოყალიბებას და შენარჩუნებას უწყობს ხელს ⁷.

ამ კონტექსტში და ჟურნალისტიკის დამოუკიდებლობასთან ერთად, მედიის თავისუფლებისა და პლურალიზმის საკითხები ასევე მნიშვნელოვანია. ინსტიტუციების პლურალიზმი, ისევე როგორც პერსონალის, წყაროების და კვლევითი მასალების მრავალფეროვნება, არსებითია, თუ ჟურნალისტიკას მთლიანად დემოკრატიასა და ღია საზოგადოებების მდგრადობაში წვლილი შეაქვს. მედია, რომელშიც საზოგადოებაა ჩართული, როგორიცაა სათემო რადიო და სოციალური მედია, ასევე მნიშვნელოვანია, რათა უზრუნველყოფილი იყოს, რომ მოწყვლადი და არასათანადოდ წარმოდგენილი ჯგუფების ხმა, ახალი ამბების მიღმა არ დარჩეს. პლურალიზმი ასევე გულისხმობს დებინფორმაციის, პროპაგანდის და სხვა შინაარსის იდენტიფიცირებისას, რომლებიც პროფესიონალურ სტანდარტებს მიღმაა, მთელი რიგი ნარატივების ეთიკური ჟურნალისტიკის პრაქტიკასთან შესაბამისობის დადგენას (იხ. მოდულები 1, 2 და 3).

კითხვები განხილვისთვის

ეთიკური ჟურნალისტიკის პრაქტიკაზე ნებისმიერი დისკუსია ისეთ სამყაროში, სადაც დებინფორმაცია, მცდარი ინფორმაცია და პროპაგანდა ვირუსულია, შეიძლება შემდეგი კითხვების განხილვით დავიწყოთ:

- ▶ ზუსტად რა არის ჟურნალისტიკა ციფრულ ხანაში? (კითხვა, რომელსაც 'ვინ არის ჟურნალისტი?'-დან საუბარი თანამედროვე ჟურნალისტიკის არსებით გაგებაზე გადაჰყავს).
- ▶ რა უშლის ხელს ჟურნალისტიკას უფრო ფართო სახის კონტენტი შექმნას და ონლაინ და ოფლაინ გაავრცელოს (რეკლამის, მარკეტინგის, საზოგადოებასთან ურთიერთობის, დებინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის ჩათვლით)?
- ▶ ვის ინტერესებს უნდა ემსახუროდეს პრაქტიკოსი ჟურნალისტი?
- ▶ უნდა იყვნენ თუ არა ჟურნალისტები ანგარიშვალდებულნი შინაარსისთვის, რომელსაც ისინი ქმნიან/აქვეყნებენ?
- ▶ რა ეთიკური ვალდებულებები აქვთ პრაქტიკოს ჟურნალისტებს თავიანთი წყაროების, სუბიექტების და აუდიტორიის წინაშე?
- ▶ რა ახალი ეთიკური დილემები უნდა განიხილონ პრაქტიკოსმა ჟურნალისტებმა 'ინფორმაციული ქაოსის' კონტექსტში?

შეფასების კრიტერიუმი

ამ პუბლიკაციის უმთავრესი მიზანია ჟურნალისტიკის სტუდენტების, პროფესიონალი ჟურნალისტების და სხვების, ვინც 'ჟურნალისტურ საქმიანობას' ახორციელებს კრიტიკული აზროვნების შესაძლებლობების და მედეგობის გაძლიერება. სიზუსტისა და ვერიფიკაციის სტანდარტები, ძირითადი ეთიკური ფასეულობების ერთგულება, სიღრმისეული კვლევა და კრიტიკული ანალიზი შეფასების მთავარი კრიტერიუმები უნდა იყოს.

თეორიული დავალებების შეფასების შემოთავაზებული კჩიგეჩიუმები:

- ▶ სიზუსტე და გადამოწმება (მაგ. რამდენად ზუსტად არიან ციტირებული წყაროები; არის თუ არა გადამოწმების შესაბამისი მეთოდები გამოყენებული?)
- ▶ კვლევის სიძლიერე (მაგ. არგუმენტის/მიგნებების გასამყარებლად რამდენად არის მოძიებული ძლიერი, რელევანტური მონაცემები/წყაროები?)

- ▶ არგუმენტების და ანალიზის ხარისხი (რამდენად ორიგინალური და კვალიფიციურია წარმოდგენილი არგუმენტები და ანალიზი?)
- ▶ წერილობითი გადმოცემა (მართლწერა, გრამატიკა, პუნქტუაცია, სტრუქტურა).
- ▶ რამდენად ეფექტიანად აჩვენებს ესე/გაშუქება მოდულის სწავლების შედეგებს?

შემოთავაზებული შეფასების კრიტერიუმები პრაქტიკული/ ჟუჰნადისგუჰი დავადებებისთვის:

- ▶ სიზუსტე და გადამოწმება (მაგ. რამდენად ზუსტად არიან წარმოდგენილი და იდენტიფიცირებული ციტირებული წყაროები; არის თუ არა გადამოწმების შესაბამისი მეთოდები გამოყენებული?)
- ▶ კვლევის სიძლიერე (მაგ. არგუმენტის/მიგნებების გასამყარებლად რამდენად არის მოძიებული ძლიერი, რელევანტური მონაცემები/წყაროები?)
- ▶ კრიტიკული ანალიზი (მაგ. რამდენად გააზრებულ კითხვებს სვამს მონაწილე აუდიტორიის მნიშვნელოვან საკითხებში გასარკვევად?)
- ▶ ორიგინალურობა
- ▶ თხრობის სიძლიერე (მაგ. რა გავლენას ახდენს ამბავი/პროდუქცია მკითხველებზე/ მაყურებელზე/მსმენელზე?)
- ▶ პროდუქციის ღირებულება (მაგ. აუდიო/ვიდეო რედაქტირების და მულტიმედიური ელემენტების სიძლიერე).
- ▶ წერილობითი გადმოცემა (მართლწერა, გრამატიკა, პუნქტუაცია, სტრუქტურა).
- ▶ პროფესიული კოდექსების ძირითადი ეთიკური ფასეულობებისადმი ერთგულება.

სწავლების ფორმატები

ეს მოდულები შემუშავებულია პირისპირ ან ინტერნეტით სწავლებისთვის. მრავალი გაკვეთილის ჩატარება სასარგებლო იქნება ჯგუფური, თანამშრომლობითი სწავლების გარემოში ონლაინ (მაგალითად, Moodle-ს სასწავლო პლატფორმის საშუალებით, ან Facebook ჯგუფების გამოყენებით) ან პირისპირ მეთოდით.

გაკვეთილების უმეტესობა ორნაწილიან მოდელს ეფუძნება: თეორიულ ნაწილს (მაგ., სემინარები, კითხვა ან ლექციებზე დაფუძნებული პრეზენტაციები) პრაქტიკული სავარჯიშოები (მაგ. ვერიფიკაციის სავარჯიშოები სამუშაო ჯგუფებისთვის) ავსებს. როგორც წესი, თეორიული კომპონენტი 60-90 წუთიანია, ხოლო სემინარი ან გაკვეთილები 90 წუთიდან ორ საათამდე. სესიები შეიძლება გახანგრძლივდეს, შეიკვეცოს ან გაიყოს და/ან სხვადასხვა დღეებზე გადანაწილდეს, რაც შესაბამისი დაწესებულების სწავლების/სწავლის განრიგზეა დამოკიდებული. თითოეულ მოდულს ახლავს თავისი დავალება.

სადაც ეს შესაძლებელია, ლექტორების და ინსტრუქტორების მიერ ინტერაქციულ ლექციებსა და სემინარებში ინდუსტრიის წარმომადგენლების და ექსპერტების ჩართვა მისასალმებელია, რათა კურიკულუმში მიმდინარე მაგალითების, თემატიკისა და დისკუსიების ინკორპორირება იყოს შესაძლებელი.

დამატებით, სასურველია ლექტორებმა/ინსტრუქტორებმა გაკვეთილებში ადგილობრივი/რეგიონალური, ენობრივი და კულტურულად შესატყვისი მასალები და მაგალითები შეიტანონ.

მასალები და რესურსები

ინსტრუქტორებსა და მონაწილეებს დასჭირდებათ ინტერნეტ-კავშირი, ასევე მათთვის სასარგებლო იქნება აკადემიურ მონაცემთა ბაზებზე და/ან Google Scholar-ზე წვდომა.

დამატებითი სასწავლო რესურსების ძირითადი საიტი, რომელიც სწავლების შედეგების პრაქტიკულ ასპექტებს უკავშირდება, First Draft News-ია.⁸

გთხოვთ, გაითვალისწინოთ: სათანადოდ უნდა აღინიშნოს, რომ ამ სახელმძღვანელოს შინაარსი და რესურსები სილაბუსების რედაქტორებსა და კონტრიბუტორ ავტორებს ეკუთვნით.

პედაგოგიური მიდგომა

ეს სპეციალიზირებული მოდელური კურსი 2007 წლიდან მოყოლებული იუნესკოს მიერ შემუშავებული ჟურნალისტიკის სწავლების რამდენიმე სანიმუშო კურიკულუმის⁹ გაგრძელებაა. პედაგოგიური მიდგომა, ასევე ეფუძნება იუნესკოს მედია და ინფორმაციული წიგნიეხების კუჩიკუმს მასწავლებლებისთვის¹⁰ და ჟუჰნადისტა უსაფხოხოების მოდედუჰ კუხსს¹¹, რომელთა საშუალებითაც ინსტრუქტორები ხელს უწყობენ და ახორციელებენ შემდეგს:

- ▶ საკითხებზე ორიენტირებული მიდგომა
- ▶ პრობლემაზე დაფუძნებული სწავლება (PBL)
- ▶ სამეცნიერო კვლევა
- ▶ მაგალითებით სწავლება
- ▶ ჯგუფური სწავლება
- ▶ ტექსტური ანალიზი
- ▶ კონტექსტური ანალიზი
- ▶ თარგმანები
- ▶ სიმულაციები
- ▶ წარმოება.

დამატებით, ინსტრუქტორებმა, რომლებიც ამ კურიკულუმის განხორციელებას უზრუნველყოფენ, სასურველია გამოიყენონ 'პროექტზე დაფუძნებული სწავლების'¹² ჟურნალისტური კონცეფციის მიდგომა, რომელიც შედეგს ჟურნალისტური კონტენტის წარმოების პროცესში უნარების განვითარების გზით აღწევს. კურსის მონაწილეებმა ასევე უნდა იცოდნენ სწრაფი, სხარტი და დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ვირუსული საპირწონის შექმნის პოტენციალის შესახებ და მიეცეთ ამ მეთოდის პრაქტიკაში გამოყენების შესაძლებლობა.¹³

⁸ <https://firstdraftnews.com/> [წვდომა 21/11/2020].

⁹ UNESCO-ს მოდელური კურიკულუმი ჟურნალისტური განათლებისთვის (2007). <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [წვდომა 21/11/2020]. ასევე იხილეთ UNESCO-ს მოდელური კურიკულუმი ჟურნალისტური განათლებისთვის: ახალი სილაბუსის კომპედიუმი (2013) [წვდომა 21/11/2020]. <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>; და ჟურნალისტიკის სწავლება მდგრადი განვითარებისთვის: ახალი სილაბუსი (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁰ Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [ebook] Paris: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [accessed 28/03/2018].

¹¹ UNESCO (2017) Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States.: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [accessed 28/03/2018].

¹² Posetti, J & McHugh, S (2017) Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia 18/07/2017

¹³ საინტერესო მაგალითია კლიბი hashtag our stories: <https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [accessed 15/06/2018].

სიბერე, წიგნი და ჟურნალისტიკა: რატომ არის ეს მნიშვნელოვანი

შეხილნ იხეცონი



მოდული 1



სინოფსისი

მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში, მედიისა და ჟურნალისტიკისადმი ნდობა სოციალური მედიის განვითარებამდე გაცილებით ადრე იყო მოწყვლადი და სუსტდებოდა¹. ეს ტენდენცია, რაც მრავალი საზოგადოებისთვისაა დამახასიათებელი, ინსტიტუციებისადმი ნდობის შემცირებისგან განცალკევებით არ უნდა განვიხილოთ. თუმცა, სიახლეებად შენიღბული და სოციალური მედიის საშუალებით გავრცელებული, დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის მკვეთრმა ზრდამ და მათზე წვდომამ, გამოიწვია სენი, რომელიც საფრთხეს უქმნის ჟურნალისტიკის რეპუტაციას. ეს გავლენას ახდენს ჟურნალისტებზე, საინფორმაციო საშუალებებზე, მოქალაქეებსა და ღია საზოგადოებებზე².

სოციალური მედიის პლატფორმებსა და ინტერნეტში, თავისუფლად ხელმისაწვდომი ინფორმაციის სწრაფი ნაკადის ფონზე, ინფორმაციის გამოქვეყნება ყველას შეუძლია. შედეგად, მოქალაქეებს სჭირდებათ ძალისხმევა, ამოიცნონ, თუ რა არის ნამდვილი და რა არის ცრუ. გაბატონებულია ცინიზმი და უნდობლობა. უკიდურესი შეხედულებები, შეთქმულების თეორიები და პოპულარული ყვავის და ადრე აღიარებული სიმართლე და ინსტიტუციები კითხვის ნიშნის ქვეშ დგება. ამ სამყაროში, საინფორმაციო სამსახურები, რომელთა პროდუქტს სიმართლის დადგენა შეუძლია, იბრძვიან და ასრულებენ თავიანთ ისტორიულ “კარის მცველის” ფუნქციას³, რომელთა პროდუქტს სიმართლის დადგენა შეუძლია. ამავე დროს, “სტრატეგიული კომუნიკაციებისა” და “ინფორმაციული ოპერაციების” ბაზრის ზრდა, მათ შორის აქტიური დეზინფორმაციის და დამაზიანებელი ინფორმაციის (mal-information), ახალი ამბების ეკოსისტემაში მნიშვნელოვანი ფაქტორი გახდა.⁴



‘ინფორმაციული ქაოსის’ მასშტაბებისა და შედეგების მაგეჩიადიზაციასთან ერთად, სოციალური მედიის აქტივეტეზებიც კი შემოთხუთებულნი აჩიან. Facebook-ის პოლექტის სამოქალაქო ჩაბრუნების მენეჯერის, სამიჯ ჩაქაბაჩის თანახმად, “თუ დემოკრატიაზე სოციალური მედიის გავლენის ერთი ფუნდამენტური სიმართლე აჩვენებს, ეს ადამიანის ზიანების - ჰოგოხც დადებითის, ასევე ცუდის - გაძლიერებაა. საუკეთესო შემთხვევაში, ეს თვითგამოზიანების და მოქმედების საშუალებას გვაძლევს. უახეს შემთხვევაში, ის საშუალებას აძლევს ხაბს, გაავრცელონ მცდარი ინფორმაცია და დაზიანონ დემოკრატია”.⁵

ცხადი გახდა, რომ პრობლემის მოსაგვარებლად, საჭიროა, როგორც დიდი, ისე მცირე ჩარევა. ცდუნებაა პრობლემის რეგულირების გზით მოგვარება და მრავალი ქვეყანა ამ გზას ირჩევს⁶, მაგრამ გამომავლის თავისუფლების დამცველები გვაფრთხილებენ, რომ ამან შეიძლება ზიანი მიაყენოს ღიაობისა და ჩართულობის პრინციპებს, რაც ახალი ტექნოლოგიების საშუალებით გახდა შესაძლებელი.⁷ განსაკუთრებით იმ შემთხვევებში, თუ ავტორიტარული მიდრეკილების ლიდერები მოვლენ სათავეში, ისინი იპოვიან ძლიერ და მზა სამართლებრივ იარაღს, რათა დაადგინონ, თუ რა არის „ყალბი“ და მათი რომელი საქმიანობა არ ექვემდებარება კრიტიკულ გაშუქებას.

¹ Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. ხელმისაწვდომია: <https://www.edelman.com/global-results/> [წვდომა 21/11/2020].

² Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] the Guardian. ხელმისაწვდომია: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [წვდომა 21/11/2020].

³ Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. New Media & Society, [online] 16(1), გვ.55-73. ხელმისაწვდომია: <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

⁴ იხ. მაგალითად საქმეები, რომლებიც აღწერილია შემდეგ ნაშრომში: Gu, L; Kropotov, V and Yarochkin, F. (nd). The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [წვდომა 21/11/2020]. მეორე კვლევა გამოქვეყნდა მონაცემებისა და საზოგადოების კვლევის ინსტიტუტის მიერ New York (2017) Media Manipulation and Disinformation Online, <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [წვდომა 21/11/2020].

⁵ Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom. [online] Newsroom. fb.com. Available at: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [წვდომა 21/11/2020].

⁶ Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom. [online] Newsroom. fb.com. Available at: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [accessed 03/04/2018]. Funke, D. (2018) A guide to anti-misinformation actions around the world Poynter <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/> [წვდომა 21/11/2020].

⁷ Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. ხელმისაწვდომია https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [წვდომა 21/11/2020].

კიდევ ერთი შესაძლებლობა, რომელსაც სამოქალაქო საზოგადოება და კომპანიები გვთავაზობენ, მიმართულია აუდიტორიის გამჭვირვალობის ზრდისკენ და მათი აღჭურვისკენ იმ ინსტრუმენტებით, რაც მიღებული ინფორმაციის ინტერპრეტაციასა და შეფასებას შეუწყობს ხელს. სამხრეთ აფრიკიდან⁸ დაწყებული, მექსიკით დამთავრებული⁹ მაგალითები უხვად არის. ფაქტების გადამოწმების ორგანიზაციების გავრცელების არეალი იზრდება (როგორც ამ სახელმძღვანელოში განმარტებული).

ამ კონტექსტში, ჟურნალისტებმა და ჟურნალისტიკის ფაკულტეტის სტუდენტებმა უნდა იცოდნენ მსგავსი ინიციატივების შესახებ - და იმ დამატებითი როლის შესახებ, რომელიც მათ შეუძლიათ შეასრულონ. შესაბამისად, იცნობდნენ ამ სახელმძღვანელოს.

ჟურნალისტებისთვის, რომლებიც დიდი ხანია თავს დემოკრატიული და ღია საზოგადოების მნიშვნელოვან მხარდამჭერებად თვლიან, დეზინფორმაცია და მცდარი ინფორმაცია უფრო მნიშვნელოვანი გამოწვევაა, ვიდრე მათი რეპუტაცია. 'ინფორმაციული ქაოსი' კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს მათ მიზანს და ეფექტიანობას. იგი ხაზს უსვამს ჟურნალისტიკის დამოუკიდებლობის და მაღალი პროფესიული სტანდარტების აუცილებლობის ფუნდამენტურ მნიშვნელობას. ეს არ ნიშნავს, რომ ჟურნალისტიკა თავისუფალია დომინანტი იდეოლოგიისგან ან მიკერძოებისგან, რომელიც სქესს, ეთნიკურ, ლინგვისტურ ჯგუფებს, კლასს ან სხვა ნიშანს უკავშირდება. ეს ასევე, არც მფლობელობის, ბიზნეს მოდელების, აუდიტორიის ინტერესების, პროგნოზირებადი ბიუროკრატიის და საზოგადოებასთან ურთიერთობის წყაროების ინფორმაციის 'ქსელის' და ა.შ. ინსტიტუციონალური კონტექსტის გავლენის სისტემურ პრობლემებს უგულებელყოფს. თუმცა, ხელს უწყობს სარედაქციო ეთიკას, როგორც გაშუქების მოდელს და ჟურნალისტების თვითრეფლექსიას მათი მსოფლმხედველობის და კონტექსტების შესახებ. ეს არის იმის ნიშანი, რომ ჟურნალისტიკა არ არის 'ხედვა არსაიდან', არამედ არის საქმიანობა, რომელსაც გამჭვირვალობა მოეთხოვება, თუ საზოგადოება უნდა ენდობოდეს მას, უნდა არსებობდეს გადამოწმებისა და საზოგადოებრივი ინტერესის ფართო სტანდარტები, რა თემების სპექტრსა და შეხედულებებსაც არ უნდა მოიცავდეს ის.¹⁰

ამ გაკვეთილში, მასწავლებლებმა უნდა მოუწოდონ მონაწილეებს კრიტიკულად გაიაზრონ, თუ როგორ შეუძლია ჟურნალისტიკას ემსახუროს საზოგადოებასა და დემოკრატია; როგორ მოქმედებს 'ინფორმაციული ქაოსი' - და სამომავლოდ რა საფრთხეს უქმნის დემოკრატია და ღია საზოგადოებებს; როგორ შეიძლება გაუმჯობესდეს ჟურნალისტიკა და ამ პროცესში აღიდგინოს ნდობა იმის შესახებ, რომ მეთოდები და სტანდარტები, რომელთაც ის გადამოწმებადი ინფორმაციის შეგროვებისთვის საზოგადოებრივ ინტერესში იყენებს, გამორჩეულია. ეს ჟურნალისტიკის მწარმოებლების მიმართ ბრმა ნდობას კი არ ნიშნავს, არამედ მათი ფუნქციის და გამორჩეულობის აღიარებას და სურვილს, საზოგადოებრივი ინტერესების შესაბამისი ინფორმაცია პროცესთან და სტანდარტებთან შესაბამისობაში იყოს. ეს გულისხმობს სკეპტიციზმის ღირებულების აღიარებას, ცინიზმის საპირისპიროდ, და შესაბამისად საზოგადოების წევრების შესაძლებლობას, განასხვავონ ჟურნალისტიკა, რომელიც შენიღბულია ჟურნალისტურ პრაქტიკად, და ისინი, ვინც ქეშმარიტად იღწვიან ჟურნალისტური საქმიანობისთვის (და ვინც ავლენს სათანადო გამჭვირვალობას, თვითრეგულირებად ანგარიშვალდებულებას და ხარისხიან რეპუტაციას, რაც მას თან ახლავს). ჟურნალისტებისა და ჟურნალისტიკის სტუდენტებისთვის ეს ნიშნავს ცვალებად საინფორმაციო გარემოს და იმის გააზრებას, თუ როგორ უნდა უპასუხოთ არსებულ გამოწვევებს.

⁸ Funke, D. (2018) A guide to anti-misinformation actions around the world Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [accessed 22/05/2018].

#KnowNews არის ვებ-ბრაუზერის გაფართოება, რომელიც სამხრეთ აფრიკის არასამთავრობო ორგანიზაცია მედია მონიტორინგ აფრიკამ შექმნა და ეხმარება აუდიტორიას იმის იდენტიფიცირებაში, განთავსებულია თუ არა ვებ-გვერდზე სანდო ინფორმაცია: <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [წვდომა 21/11/2020].

⁹ Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Available at: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [წვდომა 21/11/2020].

იხ. ვებ-გვერდი <https://verificado.mx/>, რომელიც 60 მედიის, სამოქალაქო ორგანიზაციის და უნივერსიტეტის კოალიციას წარმოადგენს. კოალიცია 2018 წლის მექსიკის არჩევნების დროს ფოკუსირებული იყო პრობლემური კონტენტის გადამოწმებაზე [წვდომა 15/06/2018]; <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [წვდომა 04/07/2018].

¹⁰ See Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. PressThink. <https://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [წვდომა 21/11/2020].



მონახაზი

იმისათვის, რომ ჟურნალისტებმა და საზოგადოებამ, რომელსაც ისინიც ემსახურებიან, 'ინფორმაციული ქაოსის' შედეგები გაიაზრონ, მნიშვნელოვანია, რომ მონაწილეებმა ჟურნალისტიკისა და მედიის მემკვიდრეობაში სტრუქტურულ, კულტურულ და ნორმატიულ დონეზე მომხდარი ღრმა ცვლილებები გააცნობიერონ, რასაც ციფრული ტექნოლოგიის და ინტერნეტში ჩართული პერსონალური მოწყობილობების სწრაფი განვითარება მოჰყვა. ყველაზე მნიშვნელოვანი არის ურთიერთმიმართება ჟურნალისტიკაში ნდობის პრობლემების ზრდასა და სოციალურ მედიაში ჩართულობას შორის.¹¹

არასწორი იქნებოდა სოციალური მედიის დადანაშაულება ჟურნალისტიკის ყველა პრობლემის გამოწვევაში. ნდობა პირდაპირ კავშირშია ჟურნალისტურ შესაძლებლობებთან - და ასევე არსებობს ურთიერთკავშირი მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში მთავრობის, ბიზნესის და ინსტიტუციების მიმართ ნდობის შემცირებასთან.¹²

ინფორმაციის შეგროვების და გავრცელების მეთოდების სტრუქტურულმა ცვლილებებმა და ახალი ამბების კომპანიების მემკვიდრეობის ძირითადი ბიზნეს მოდელის რღვევამ, ინფორმაციის ინდუსტრიის საინფორმაციო სამსახურებში ჟურნალისტიკის შესაძლებლობები უარყო, რაც ინფორმაციის გაშუქების სიღრმეზე, მრავალფეროვნებასა და ხარისხზე აისახა.¹³ საზოგადოებრივი მედიის საინფორმაციო სამსახურების დაფინანსების შემცირებამ და ამ სექტორის დიდ ნაწილში მუდმივმა სამთავრობო კონტროლმა, გავლენა ინფორმაციის შეთავაზების შესუსტებაზე ასევე იქონია.

მაშინ, როცა ციფრულმა ტრანსფორმაციამ ამბის თხრობის ახალი მეთოდები და საინფორმაციო პროცესში აუდიტორიის უფრო მეტი ჩართულობა გახადა შესაძლებელი, ამავე დროს ინფორმაციის მწარმოებლების უკვე დასუსტებული მემკვიდრეობისთვის მან ახალი გამოწვევები მოიტანა. ზოგადად, ციფრულ საინფორმაციო ორგანიზაციებს ჟურნალისტიკის რღვევის შესაჩერებლად გამოსავალი ჯერ არ მოუფიქრებიათ.¹⁴

დემოკრატიულ, უფრო მრავალფეროვან ინფორმაციულ ეკოსისტემაში, დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის მავნე ზემოქმედების პრევენცია გამოწვევას წარმოადგენს არა მხოლოდ იმათთვის, ვინც ჟურნალისტიკაში აკეთებს ინვესტიციას, არამედ მთელი საზოგადოებისთვის.¹⁵

გაციფრულებამდე ჟურნალისტური პრაქტიკა და მეთოდი მოიცავდა პროფესიულ სტანდარტებს, და ცენტრალიზებული შემოწმებისა და კონტროლის დონეებს, ინფორმაციის სიზუსტის, ხარისხისა და სამართლიანობის უზრუნველსაყოფად. სავსე ჟურნალისტებს მხარს უჭერდა საინფორმაციო სამსახურის გუნდი, რომელიც გამოქვეყნებამდე შინაარსის გადამოწმებას ახდენდა. 'მცველის' ამ მოდელმა ჟურნალისტებში პროფესიონალიზმის გრძნობა გამოიწვია.¹⁶

საზოგადოებისა და თემის საკითხების, გამოძიებების, კომენტარის და ანალიზის გაშუქების საშუალებით, ჟურნალისტები პოლიტიკოსებისა და თანამდებობის პირების ანგარიშვალდებულების ეფექტიან მეთოდებს ფლობდნენ. ისინი მოქალაქეებს არჩევანის გაკეთებაში ეხმარებოდნენ, თუ როგორ მართავდნენ და ხელმძღვანელობდნენ მათ. რა თქმა უნდა, ზოგიერთი საინფორმაციო მედია საშუალება ჟურნალისტიკის იდეალებსა და სტანდარტებს არ ემსახურებოდა. მაგრამ, ზოგადად, მათი ბიზნესი ორიენტირებული იყო რეალურ ამბებზე, შერჩეული და წარმოდგენილი კო-

¹¹ იხ. მოდული სამი

¹² Edelman. (2017) op cit

¹³ იხ. მოდული სამი

¹⁴ Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age. [ebook] Ottawa: Public Policy Forum, Canada. ხელმისაწვდომია: <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [წვდომა 03/04/2018].

¹⁵ Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. https://multimedia.europarl.europa.eu/en/hate-speech-populism-and-fake-news-on-social-media--towards-an-eu-response-extracts-from-the-debate_1136357-V_v [წვდომა 21/11/2020].

¹⁶ Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2010). Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload. 1st ed. New York: Bloomsbury, pp.171-184.

ნკრეტული დაინტერესებული ნარატივით, მაგრამ შორს იყო პოლიტიკური, კომერციული ან გასართობი მიზნებისათვის გამოგონილი ფაქტებისგან.

კულტურულ დონეზე, სხვა სუბიექტების გაძლიერებამ, დაიმონმონ, ჩანერონ, კომენტარი გააკეთონ და გამოაქვეყნონ სიახლეები სოციალურ მედიაში, განაპირობა არა მხოლოდ ცენტრალიზებული მოდელის, არამედ საზოგადოებრივი დებატების შეცვლა.¹⁷ სოციალური მედიის პლატფორმები ახლა საზოგადოებრივ და პოლიტიკურ დისკურსში საკვანძო ინფრასტრუქტურას წარმოადგენენ. ზოგი ამტკიცებს, რომ ამან დემოკრატიებს და ღია საზოგადოებებს 'დემოკრატიული დეფიციტი' შეუქმნა.¹⁸

იმის მტკიცებით, რომ ისინი არ არიან ახალი ამბების გამომცემლები, ტექნოლოგიურმა კომპანიებმა და სოციალურმა პლატფორმებმა თავი აარიდეს ნორმატიულ ვალდებულებებს, რომლებზეც ჟურნალისტები და გამომცემლები პასუხს აგებენ.¹⁹ მაშინ, როდესაც ეს სუბიექტები სიახლეების შესაქმნელად ჟურნალისტებს არ ქირაობენ, მათი თხრობისა და რედაქტირების მნიშვნელობა მართივი შუამავლისა და 'უბრალოდ არხის' როლს სცდება.

დებინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ან „უსარგებლო ინფორმაციის“, როგორც ამას ოქსფორდის კომპიუტერიზებული მეცნიერების ინსტიტუტი უწოდებს, მამოძრავებელი ძალა არის სოციალური მედიის პლატფორმები და საძიებო სისტემის ალგორითმები. მომხმარებლის ოჯახის წევრებისა და მეგობრების ქსელთან დაკავშირებით, ისინი დებინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის სტრუქტურას და მის ლეგიტიმაციას უზრუნველყოფენ.²⁰

ამგვარად, ამ პლატფორმებზე განზრახ შეცდომაში შემყვანი შინაარსის გავრცელება გავლენას ახდენს მოქალაქეების რეალობის აღქმაზე²¹ და ძირს უთხრის ნდობას, ინფორმირებულ დიალოგს, რეალობის საერთო აღქმას, ურთიერთთანხმობასა და ჩართულობას.²² სხვა შემთხვევები, როცა სოციალურ მედიას დემოკრატიისთვის საფუძვლის შერყევაში ედება ბრალი, შემდეგია:

- ▶ დახშული სივრცის შექმნა, პოლარიზაცია და ჰიპერ-მიკერძოება,
- ▶ პოპულარობის ლეგიტიმაცია,
- ▶ პოპულისტი ლიდერების, მთავრობების და რადიკალური აქტორებისთვის მანიპულირების შესაძლებლობის მიცემა,
- ▶ პირადი მონაცემების მითაცების წახალისება და მიზნობრივი მიკრო გზავნილები/რეკლამირება ფარულად,²³
- ▶ საზოგადოებრივი დისკუსიისთვის ხელის შეშლა,²⁴

ეს არ უნდა იყოს ასე. სოციალური მედია შეიძლება იყოს მთავარი პლატფორმა ჟურნალისტიკაში საზოგადოების ჩასართავად და დებატების, სამოქალაქო ღირებულებების და დემოკრატიული მონაწილეობის ხელშესაწყობად ისეთ გარემოში, რომელიც აძლიერებს ადამიანის უფლებებს, კულტურულ მრავალფეროვნებას, მეცნიერებას, ცოდნას და რაციონალური გადაწყვეტილების მიღებას. ამისათვის, ჟურნალისტიკამ - ნებისმიერ პლატფორმაზე - ფართო საზოგადოებისთვის,

¹⁷ Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Available at: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].

¹⁸ Howard, P. (2017) Ibid

¹⁹ Howard, P. (2017) იქვე. ასევე იხილეთ მოდული სამი

²⁰ Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London, Viking/Penguin Press.

²¹ European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online] ხელმისაწვდომია: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [წვდომა 21/11/2020].

²² Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. ხელმისაწვდომია: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

²³ Cadwalladr, C. and Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. *The Guardian*. [online] ხელმისაწვდომია: <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/17/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [წვდომა 21/11/2020].

²⁴ Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017) Ibid

მაგალითად, კომპლექსური საკითხები უნდა გააშუქოს, სამეცნიერო სიზუსტის დაკარგვის და კონტექსტის გამარტივების გარეშე, რამაც შეიძლება საზოგადოების შეცდომაში შეყვანა გამოიწვიოს. ჟურნალისტებისთვის განსაკუთრებულ გამოწვევას წარმოადგენს სიზუსტის გადამოწმება, სენსაციონალიზმის თავიდან არიდება, სამომავლო გავლენის შეფასების სიფრთხილე, ასევე სხვადასხვა შეხედულებების და სანდო ექსპერტების დასკვნების გადმოცემა და დაბალანსება მოწინავე მედიცინის (მაგ. კლონირება) და ახალი სამეცნიერო მიღწევების სფეროში (მაგ. ხელოვნური ინტელექტი).

ასევე, არსებობს მრავალი მეთოდი, რომლის საშუალებითაც ჟურნალისტიკას შეუძლია დეზინფორმაციასა და მცდარ ინფორმაციაზე რეაგირება პირდაპირ მოახდინოს. ეს მოიცავს მანიპულირების წინააღმდეგ ქმედებებს, დეზინფორმაციის კამპანიების გამოძიებისა და პირდაპირი გავლენის გზით. მაგრამ, ამას უნდა ახლდეს ზოგადად ჟურნალისტიკის გაუმჯობესების საფუძვლიანი ძალისხმევა (იხ. ქვემოთ).

საზოგადოების პასუხი 'ინფორმაციულ ქაოსსა' და სოციალური მედიის პლატფორმების მიერ წამოჭრილ გამოწვევებზე მრავალფეროვანია და სხვადასხვა დონეს მოიცავს. გადაჭრის გზები ვითარდება - ზოგი სწრაფად. ბევრი აშშ-დან მომდინარეობს, სადაც სოციალური მედიის კომპანიები და Google-ის სათაო ოფისია განთავსებული. მცდარი ინფორმაციის გადასაჭრელად ტექნიკური ხასიათის რამდენიმე ინიციატივა მოიცავს შემდეგს:

- ▶ კომპანიის მიერ ყალბად მიჩნეული ინფორმაციის ძებნის შედეგებისა და ახალი ამბების ზოლის პროექტირების ვალდებულება.^{25 26 27}
- ▶ სარეკლამო შემოსავლების²⁸ მიღების მიზნით, ქლიტბაით ვებ-გვერდებით გავრცელებული დეზინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლა.
- ▶ ციფრული შინაარსისა და სურათების ვიზუალის გადამოწმებისთვის ტექნიკური გადამწყვეტილებების უზრუნველყოფა.²⁹
- ▶ ჟურნალისტიკის მხარდამჭერი ინიციატივების დაფინანსება, რაც ჟურნალისტიკის, ტექნოლოგიისა და აკადემიური კვლევების თანამშრომლობას გულისხმობს.³⁰
- ▶ ტექნიკური სტანდარტების, ანუ ნდობის მარკერების განვითარება და გამოყენება, რათა დავეხმაროთ მომხმარებლებს (და ალგორითმებს) სანდო წყაროების მიერ უზრუნველყოფილი ინფორმაციის იდენტიფიცირება მოახდინონ.³¹

2018 წლის დასაწყისში, ნაშრომის წერის დაწყების დროს, საინფორმაციო ორგანიზაციებისთვის ტექნიკური სტანდარტების ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ინიციატივა იყო ნდობის პროექტი - "The Trust Project" კონსორციუმი, რომელიც მსოფლიოს მასშტაბით მსხვილ საძიებო სისტემებთან, სოციალური მედიის პლატფორმებთან და 70-ზე მეტ მედია კომპანიასთან მუშაობს. მისი ამოცანაა, ნდობის ნიშნის აღიარებით, საზოგადოებას „ზუსტი, ანგარიშვალდებული და ეთიკური“ ამბების იდენტიფიცირება გაუადვილოს. შეიქმნა საწყისი რვა ტექნიკური სტანდარტი³², რომელიც

²⁵ Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. [online] ხელმისაწვდომია: https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [წვდომა 21/11/2020]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

²⁶ Mosseri, A. (2018). Helping ensure news on Facebook is from trusted sources. Facebook. <https://about.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [წვდომა 21/11/2020].

²⁷ Stamos, A. (2018) Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [წვდომა 21/11/2020].

²⁸ Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites. Reuters. [online] ხელმისაწვდომია: <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [წვდომა 21/11/2020].

²⁹ იხ. მოდული ექვსი. მაგალითი არის <http://www.truly.media/> [წვდომა 21/11/2020]

³⁰ იხ. მოდული ხუთი

³¹ The Trust Project (2017). The Trust Project – News with Integrity. [online] ხელმისაწვდომია: <https://thetrustproject.org/?nr=0> [წვდომა 21/11/2020].

³² ნდობის პროექტი (2017). იქვე

ინფორმაციის მწარმოებელმა უნდა დააკმაყოფილოს დააკმაყოფილოს იმისთვის, რომ სანდოდ ჩაითვალოს და ონლაინ დიზაინის მხრივ ადვილად იდენტიფიცირებადი იყოს. ნდობის პროექტის სანდოობის ინდიკატორებია³³:

► **საუკეთესო პრაქტიკა:**

- > რა სტანდარტებით მოქმედებთ?
- > ვინ აფინანსებს საინფორმაციო საშუალებას?
- > რა არის მისი მისია?
- > ეთიკურობის, განსხვავებული მოსაზრებების, სიზუსტის, შესწორების და სხვა სტანდარტების უზრუნველყოფა.
- **ავტორის/რეპორტიორის გამოცდილება:** ვინ არის ავტორი? დეტალები ჟურნალისტის შესახებ, მათ შორის, მისი გამოცდილება და სხვა ამბები, რომლებზეც უმუშავია.
- **სამუშაოს სახეობა:** რა არის ეს? განასხვავებს თუ არა სათანადო ნიშნით მოსაზრებას, ანალიზს და რეკლამას (ან სპონსორობას) ინფორმაციისგან?
- **ციტირება და რეფერირება:** საგამოძიებო ან სიღრმისეული გაშუქების შემთხვევაში, ფაქტებისა და მტკიცების მიღმა წყაროებზე წვდომა.
- **მეთოდები:** ასევე სიღრმისეული გაშუქებისთვის, ინფორმაცია, თუ რატომ აირჩიეს კორესპონდენტებმა გარკვეული ამბავი და როგორი იყო პროცესი (ხელს უწყობს გამჭვირვალობას).
- **ადგილობრივი წყაროები?** შესაძლებლობას გაძლევს, გაიგო, როდის აქვს ამბავს ადგილობრივი წარმომავლობა ან ექსპერტიზა. გაშუქდა თუ არა ამბავი ადგილიდან, ადგილობრივი სიტუაციისა და საზოგადოების სიღრმისეული ცოდნის გათვალისწინებით?
- **მრავალფეროვანი ხმები:** რედაქციის ძალისხმევა და ვალდებულება მრავალფეროვანი პერსპექტივა უზრუნველყოს. (მკითხველი/მაყურებელი/მსმენელი ამჩნევს, როდესაც გარკვეული ხმები, ეთნიკური ჯგუფები ან პოლიტიკური ხედვები მასალაში წარმოდგენილი არ არის).
- **ქმედითი უკუკავშირი:** რედაქციების მცდელობა, საზოგადოების დახმარებით გაშუქების პრიორიტეტების განსაზღვრა უზრუნველყონ, რაც თავის მხრივ, ხელს უწყობს გაშუქების პროცესს, სიზუსტის და სხვა მიმართულებების გათვალისწინებით. მკითხველებს/მაყურებლებს/მსმენელებს მკითხველებს/მაყურებლებს/მსმენელებს მონაწილეობის მიღება და უკუკავშირის მიწოდება სურთ, რამაც შეიძლება შეცვალოს ან შეავსოს ამბავი.

ჟურნალისტური საქმიანობისადმი ნდობა ასევე ხელს უწყობს ჟურნალისტებისთვის ხელმისაწვდომი წყაროების რაოდენობის, მრავალფეროვნებისა და ხარისხის ზრდას, რაც გავლენას ახდენს აუდიტორიაზე.

მთავრობების, სამოქალაქო საზოგადოების და განმანათლებლების პასუხები უფრო მეტად ფოკუსირებულია მედია და ინფორმაციულ წიგნიერებაზე, რომელიც უფრო დეტალურად შემდეგ გაკვეთილშია განხილული.³⁴

ეს ეს მოსაზრებები ასევე გამოითქვა 2017 წლის მსოფლიო რედაქტორთა ფორუმზე, რომელზეც პრეზიდენტმა მარჩელო რექმა მსოფლიოს რედაქტორებს შემდეგი ხუთი პრინციპის მიღება შესთავაზა³⁵:

- ინფორმაციის მოზღვაების სამყაროში, სანდოობა, დამოუკიდებლობა, სიზუსტე, პროფესიონალური ეთიკა, გამჭვირვალობა და პლურალიზმი არის ის **ფასეულობები**, რომ-

³³ ნდობის პროექტი (2017). იქვე

³⁴ იბ. მოდული ოთხი

³⁵ Ireton, C. (2016). World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust <https://www.inter-media.co.uk/world-editors-forum-approves-five-principles/> [წვდომა 21/11/2020].

ლებიც **საზოგადოების ნდობას განაპირობებენ.**

- ▶ მომავლის ჟურნალისტიკა სოციალურ მედიაში გავრცელებული მასალის სხვა შინაარსთან შედარებით **ყურადღებიანი და გულმოდგინე გადამოწმებით გამოირჩევა.** ის აღიარებს სოციალურ მედიას, როგორც ინფორმაციის წყაროს, რომელსაც ფაქტების შემდგომი გადამოწმება ესაჭიროება და პლატფორმას, რომელსაც პროფესიული შინაარსის მართვა სჭირდება.
- ▶ მომავლის ჟურნალისტიკის **მისიაა ემსახუროს საზოგადოებას** მაღალხარისხიანი, გადამოწმებული ინფორმაციის მოწოდებით და ახალი საინფორმაციო ბრენდების შექმნით, რომლებიც ინფორმაციის სანდო წყაროდ იქნებიან სერტიფიცირებული.
- ▶ მომავლის ჟურნალისტიკის **მოთხოვნაა**, რომ ის უნდა **გასცდეს ბაზისურ ფაქტებს** და საშუალება მისცეს და ხელი შეუწყოს ანალიზს, კონტექსტურ და საგამოძიებო რეპორტაჟს და ინფორმირებული მოსაზრების გამოხატვას, ახალი ამბების მიწოდებიდან ცოდნის უზრუნველყოფაზე გადასვლას, რაც აძლიერებს საზოგადოებას.
- ▶ მომავლის ჟურნალისტიკა უნდა ემყარებოდეს ნდობას და **სოციალური რელევანტურობის, ლეგიტიმური ინტერესისა და სიმართლის პრინციპებს.**

ჟურნალისტებმა და საინფორმაციო სამსახურებმა მეტი ყურადღება უნდა დაეთმონ ხარისხის შემდეგი საშუალებით გაუმჯობესებას:

- ▶ ანგარიშვალდებული, ეთიკური ჟურნალისტიკის პრაქტიკა და მტკიცებულებებზე დაფუძნებული გაშუქება,³⁶
- ▶ ფაქტების გადამოწმება და დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის გამოვლენა,³⁷
- ▶ მონაცემების, წყაროების, ციფრული სურათების გადამოწმება,³⁸
- ▶ იმ თემების წარმომადგენლების ჩართულობა, რომლებთანაც ჟურნალისტები კავშირში არიან და ახალი ამბების დღის წესრიგის საზოგადოების საჭიროებებთან შესაბამისობაში მოყვანის უზრუნველყოფა.³⁹

ზემოთმოცემულ ბოლო პუნქტთან დაკავშირებით, მეინსტრიმულ მედიასა და მის აუდიტორიას შორის კავშირის გაწყვეტა დიდი ბრიტანეთის ევროკავშირიდან გამოყოფის რეფერენდუმისას, ბრექსიტის დროს და აშშ-ს 2016 წელს ჩატარებული საპრეზიდენტო არჩევნებისას გამოვლინდა. სოციალური მედიის კომუნიკაციის სიძლიერე არის პირდაპირი ჩართულობა. ინსტრუქტორებმა უნდა შეისწავლონ, როგორ შეუძლია მედიას უკეთ მოემსახუროს თავის აუდიტორიას და ამით დაამყაროს ნდობა, გააძლიეროს მათთან ურთიერთობა და გააფართოვოს საზოგადოება.

შადსონის 'ექვსი ან შვიდი რამ, რაც ინფორმაციას შეუძლია დემოკრატიისთვის გააკეთოს'⁴⁰ დისკუსიისთვის კარგ ჩარჩოს ქმნის:

1. ინფორმაცია: უზრუნველყავი სამართლიანი და სრულყოფილი ინფორმაციის მიწოდება, რათა მოქალაქეებმა სწორი პოლიტიკური არჩევანის გაკეთება შეძლონ;
2. გამოძიება: გამოიძიე კონცენტრირებული ძალაუფლების წყაროები - განსაკუთრებით სა-

³⁶ Wales, J. (2017). What do we mean by evidence-based journalism? Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [წვდომა 21/11/2020].

³⁷ იხ. მოდული ხუთი

³⁸ ბელი, ფ. (2018). მონაცემთა ჟურნალისტიკის ხანაში, ვერიფიკაცია ყველაზე უფრო კომპლექსურია. მაგალითად, მონაცემთა მასიურ ნაკადში შესაძლოა არა მხოლოდ არაზუსტი ინფორმაცია არსებობდეს, არამედ განზრახ გავრცელებული დეზინფორმაციაც. იხ. ასევე ამ კურსის მეექვსე მოდული.

³⁹ Batsell, J. (2015). Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences. New York. Columbia University Press.

⁴⁰ Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. ხელმისაწვდომია: https://books.google.co.uk/books?id=hMYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBLUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [წვდომა 21/11/2020].

მთავრობო შტოს;

3. ანალიზი: უზრუნველყავი თანმიმდევრული ჩარჩო ინტერპრეტაციისთვის, რათა მოქალაქეებს კომპლექსური სამყაროს გაცნობიერებაში დაეხმარო;
4. სოციალური ემპათია: უამბე ხალხს სხვებზე მათ საზოგადოებასა და სამყაროში, რათა სხვა ადამიანების შეხედულებები და მსოფლმხედველობა დააფასონ, განსაკუთრებით მათი, ვინც ნაკლები უპირატესობით სარგებლობს;
5. სახალხო ფორუმი: უზრუნველყავი ფორუმი მოქალაქეთა დიალოგისთვის, პლურალისტური და ინტერდისციპლინარული მიდგომებით და ემსახურე საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფებისთვის საერთო პერსპექტივის მიწოდების იდეას;
6. მობილიზება: იყავი (სადაც საჭიროა) პოლიტიკური პროგრამების და თვალთახედვების დამცველი და მობილიზება გაუკეთე ხალხს პროგრამების მხარდასაჭერად ისე, რომ უარი არ თქვა ვერიფიკაციის სტანდარტებისა და საზოგადოებრივი ინტერესის დაცვაზე.



მოდულის მიზნები

- ▶ ხელი შეუწყოს, რომ მონაწილეებმა ჟურნალისტიკა და სოციალური მედია კრიტიკულად შეაფასონ,
- ▶ წაახალისოს მონაწილეები, 'ინფორმაციული ქაოსის' ეკოსისტემაში საკუთარი ადგილი განსაზღვრონ,
- ▶ დაეხმაროს მონაწილეებს საზოგადოებაზე 'ინფორმაციული ქაოსის' გავლენა კრიტიკულად შეაფასონ.



სწავლების შედეგები

ამ მოდულის ბოლოს, მონაწილეებმა უნდა:

1. გაიღრმავონ კრიტიკული ხედვა იმისა, თუ როგორ შეუძლია ჟურნალისტიკას დემოკრატიას და ღია საზოგადოებებს სწრაფად მზარდ მედია გარემოში უკეთ ემსახუროს და დემოკრატიისთვის 'ინფორმაციული ქაოსით' გამომწვეული რისკები შეაფასონ.
2. გაიაზრონ ფაქტორები, რომლებიც ჟურნალისტიკაში ნდობას განაპირობებენ და თუ როგორ შეიძლება ამ ნდობის შენარჩუნება ან აღდგენა.
3. შეძლონ სხვისთვის ახსნა, თუ რატომ არის ჟურნალისტიკა მნიშვნელოვანი.



მოდულის ფოხმატი

მოდულის მონახაზში მოცემული ინფორმაცია 30-წუთიანი ლექციის საფუძველი შეიძლება გახდეს, რომელიც კომბინირებული იქნება 30-წუთიან ტუტორიალთან ან დისკუსიასთან იმის შესახებ, თუ რატომ არის ჟურნალისტიკა მნიშვნელოვანი და როგორ ემსახურება ის საზოგადოებას. 90-წუთიან პრაქტიკულ სავარჯიშოებზე მონაწილეებს შეეძლება სტრუქტურირებული საუბრის საშუალებით აღმოაჩინონ, როგორ შეიძლება სკეპტიკოსები, რომლებიც ჟურნალისტიკას არ ენდობიან, დაარწმუნონ, რომ ყველა ინფორმაცია ერთნაირად არასანდო არ არის; რა შეუძლია საინფორმაციო საშუალებას გააკეთოს იმისთვის, რომ სოციალური მედიის გარემოში, სადაც ყველა ინფორმაცია ერთნაირად გამოიყურება, სანდოობა უზრუნველყოს?

გეგმის დაკავშირება სწავლების შედეგებთან

A. თეორიული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
ლექცია და ინტერაქციული დისკუსია სიმართლესა და ნდობაზე	30 წუთი	1, 2
მრგვალი მაგიდის დისკუსია -რატომ არის ჟურნალისტიკა მნიშვნელოვანი და როგორ ემსახურება ის საზოგადოებას?	30 წუთი	1, 2, 3

B. პრაქტიკული სავარჯიშო

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
პრაქტიკული სავარჯიშო	90 წუთი	3



შემოთავაზებული დავალება

დავალება სამი ელემენტისგან შედგება და მოითხოვს, მონაწილეებმა წყვილებად ან მცირე ჯგუფებში იმუშაონ:

- ▶ თხოვეთ მონაწილეებს (პატარა სამუშაო ჯგუფებში ან დაწყვილებულებს) ინტერვიუ აიღონ ახალი ამბების მომხმარებელთან და ადგილობრივი ან ეროვნული ახალი ამბების და სამოქალაქო ინფორმაციის ყველაზე სანდო წყაროები დაასახელონ. შედსონის მოდელის 'ექვსი ან შვიდი რამ, რაც ინფორმაციას დემოკრატიისთვის შეუძლია გააკეთოს', როგორც ჩარჩო დოკუმენტის გამოყენებით, მათ შემდგომ დასახელებული მედიიდან ერთი გამოცემის პუბლიკაცია, ან თემატური ამბები უნდა შეისწავლონ, რათა დაადგინონ და გაანალიზონ, რამდენად ეფექტიანად ემსახურება მათი ჟურნალისტიკა საზოგადოებას. კონტენტ ანალიზის ტექნიკა ამ მიდგომისთვის სასარგებლო მეთოდოლოგია იქნება. მეორადი ელემენტი იქნება ნდობის რვა ინდიკატორიდან ერთ-ერთის, ასეთის არსებობის შემთხვევაში, იდენტიფიცირება. მესამეც, შედეგებმა შეიძლება საინფორმაციო მასალის ან სარედაქციო კომენტარის მომზადების საფუძველი შექმნას, იქნება ეს წერილობით, თუ მოკლე ვიდეო ან აუდიო სიუჟეტის სახით. ასეთი მასალა განმარტავს, თუ რატომ არის ჟურნალისტიკა მნიშვნელოვანი.



საკითხავი მასაღა

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Is Social Media A Threat To Democracy?

<https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>

Edelman. (2017). 2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results. [online] ხელმისაწვდომია:

<https://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-global-results-71035413>

Howard, P. (2017) Is social media killing democracy? Oxford. ხელმისაწვდომია: <https://www.oii.ox.ac.uk/blog/is-social-media-killing-democracy/>

Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook]

PEN America. ხელმისაწვდომია: : https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf

Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, ხელმისაწვდომია: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGM9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+sev-en+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBLUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false

Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] the Guardian. ხელმისაწვდომია: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

‘ინფორმაციულ ქაოსზე’ ვიქრი: მსლარი ინფორმაციის, ღეზინფორმაციისა ღა ღამეზინანებელი ინფორმაციის ფორმეზები

კდეხ უოხდეღი ღა ჰოხეინ დეხაქმანი

Fake News; L
die Fake News
(Pluraletan
Bedeutung
manipula

მოდუელი 2



სინოფსისი



სადავო გაშუქების აღწევისას, გეჰმინებს 'ყაღბი ამბები' და თვით 'ყაღბი მედია' მხავადგვახი გამოყენება აქვს. Google Trends-ის ჰუკა აჩვენებს, რომ ადამიანებმა ამ გეჰმინის აქტიუხად ძიება 2016 წლის მეოხე ნახევახში დაიწყეს.¹ ამ მოდულში მონაწიდეები გაიგებენ, ხაგომ ახის ეს გეჰმინი ა) ახადეკვატუხი ინფოხმაციის დაბინძუხების მასშტაბის გასაგებად და ბ) ხაგომ გახდა გეჰმინი ისეთი პოხობდემუხი, ხომ ჩვენ თავი უნდა ავახილოთ მის გამოყენებას.

სამუნუხაროდ, ფრაბა სანყისშივე მოწყვლადია და პოლიტიზირების და ინფორმაციის ინდუსტრიის წინააღმდეგ იარაღად გამოყენების რისკებს შეიცავს, რადგან ერთგვარი საშუალებაა, პრობლემები ხელისუფლებისთვის არასასურველ გაშუქებას შეუქმნას. ამის ნაცვლად, რეკომენდირებულია ტერმინების - მცდარი ინფორმაცია და დეზინფორმაცია - გამოყენება. ეს მოდული ტერმინის არსებულ სხვადასხვა სახეობებს და 'ინფორმაციული ქაოსის' სპექტრში მათ ადგილს განიხილავს.

წინამდებარე მოდული მოიცავს სატირას და პაროდias, ქლიქბაიტ სათაურებს, ტიტრების, ვიზუალის ან სტატისტიკის შეცდომაში შემყვანად გამოყენებას, ასევე ნამდვილ შინაარსს, რომელიც კონტექსტიდან ამოგლეჯილად არის გაზიარებული, თვითმარქვია შინაარსს (როდესაც ჟურნალისტის სახელს ან რედაქციის ლოგოს ის ხალხი იყენებს, ვისაც არავითარი კავშირი არ აქვს მათთან) და მანიპულირებულ და გაყალბებულ შინაარსს. ყოველივე ცხადყოფს, რომ ეს კრიზისი გაცილებით კომპლექსურია, ვიდრე ამას ტერმინი 'ყაღბი ამბავი' ასახავს.

თუ ჩვენ გვინდა ვიფიქროთ გამოსავალზე ამ ტიპის ინფორმაციისთან მიმართებით, რომელიც სოციალური ქსელების ველს აბინძურებს და ტრადიციულ მედია საშუალებებში მათი შეღწევის შეჩერებაზე, პრობლემას უფრო ფრთხილად უნდა მივუდგეთ. ჩვენ, ასევე უნდა ვიფიქროთ იმ ადამიანებზე, რომლებიც ამ ტიპის შინაარსს ქმნიან და მათ მოტივაციაზე. რა ტიპის შინაარსს ქმნიან ისინი და როგორ იღებს ამას აუდიტორია? და როდესაც იგივე აუდიტორიის წევრები გადაწყვეტენ ამ პოსტების გაზიარებას, რა არის მათი მოტივაცია? ამ საკითხს ბევრი ასპექტი აქვს და საჯარო დისკურსში მათი კომპლექსურად განხილვა არ ხდება. მოდულის დასასრულს, მონაწილეებმა უნდა შეძლონ იმ ტერმინოლოგიისა და განმარტებების სათანადოდ გამოყენება, რომლებიც 'ინფორმაციული ქაოსის' პრობლემას ეხება.



მონახაზი

ეს სახელმძღვანელო ტერმინებს "დეზინფორმაცია" და "მცდარი ინფორმაცია" ზოგადად საჯარო ინტერესის შესატყვისი, გადამოწმებადი ინფორმაციის საპირისპიროდ იყენებს, რასაც ნამდვილი ჟურნალისტიკა უწყობს ხელს. ამ მოდულში ყურადღება დეზინფორმაციის განმასხვავებელ ნიშნებზე კეთდება.

'ყაღბი ამბების' შესახებ დისკურსი ორ ცნებას აერთიანებს: მცდარი ინფორმაცია და დეზინფორმაცია. ის შეიძლება დაგვეხმაროს, მცდარი ინფორმაცია განვსაზღვროთ როგორც ამბავი, რომელსაც ადამიანი ისე ავრცელებს, რომ დარწმუნებულია მის სიმართლეში. დეზინფორმაცია არის ტყუილი ინფორმაცია და გამავრცელებლისთვის ეს გარემოება ცნობილია. ეს წარმოადგენს წინასწარ განზრახ, მიზანმიმართულად გავრცელებულ სიცრუეს, რომელიც სამიზნედ იმ ადამიანებს ირჩევს, ვის დეზინფორმირებასაც მავნე აქტორები აქტიურად ცდილობენ.²

მესამე კატეგორიას შეიძლება ეწოდოს დამაზიანებელი ინფორმაცია; ინფორმაცია, რომელიც ემყარება რეალობას, მაგრამ გამოიყენება ადამიანისთვის, ორგანიზაციის ან ქვეყნისთვის ზიანის მისაყენებლად. მაგალითად, ასეთია გაშუქება, რომელიც პირის სექსუალურ ორიენტაციას საჯარო ინტერესის დასაბუთების გარეშე ამჟღავნებს. მნიშვნელოვანია, ერთმანეთისგან გავმიჯნოთ სიმართლე და ყაღბი გზავნილები, მაგრამ ასევე ის, რაც სიმართლეა (და გზავნილები, რომლებიც ნაწილობრივ სიმართლეა), თუმცა შექმნილია, წარმოებულია ან გავრცელებულია იმ „აგენტების“

¹ ტარმინ ყაღბი ინფორმაციის Google Trend Map <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [accessed 06/04/2018].

² დეფინიციის შესახებ მეტი ინფორმაცია ხელმისაწვდომია კარლოვას და ფიშერის ნაშრომში c(2012).

მიერ, ვინც საჯარო ინტერესის დაკმაყოფილების ნაცვლად, საზოგადოებისთვის ზიანის მიაყენებას ისახავენ მიზნად. ასეთი დამაზიანებელი ინფორმაციაა, მაგალითად, ნამდვილი ამბავი, რომელიც პირის პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობას საჯარო ინტერესის დასაბუთების გარეშე არღვევს და ჟურნალისტიკის სტანდარტებსა და ეთიკას ეწინააღმდეგება.

მიუხედავად ზემოხსენებული განსხვავებისა, საინფორმაციო გარემოსა და საზოგადოებაზე გავლენა შეიძლება ყველა შემთხვევაში იდენტური იყოს (მაგალითად, დემოკრატიული პროცესის ეროზია, ვაქცინაციის დონის შემცირება). ამასთან ერთად, კონკრეტულ შემთხვევებში შეიძლება ამ სამი კონცეფციის ერთობლიობა გამოიკვეთოს. არსებობს მტკიცებულება, რომ ერთ ინდივიდუალურ მაგალითს მეორე მოჰყვება (მაგალითად, სხვადასხვა პლატფორმებზე ან სხვადასხვა რიგითობით), რაც კონკრეტული აქტორების ფართო ინფორმაციული სტრატეგიის შემადგენელია. ნებისმიერ შემთხვევაში, სასარგებლოა გვახსოვდეს განსხვავებები, რადგან მიზეზები, ტექნიკები და დაძლევის საშუალებები შესაბამისად განსხვავებული შეიძლება იყოს.



დიაგრამა 1. ინფორმაციული ქაოსი

2017 წლის საფრანგეთის საპრეზიდენტო არჩევნებზე 'ინფორმაციული ქაოსის' სამივე ტიპი გამოვლინდა.

1. დეზინფორმაციის მაგალითები:

საფრანგეთის საარჩევნო კამპანიისას ტყუილის გავრცელების ერთ-ერთი მცდელობა იყო ბელგიური გაზეთი Le Soir³- ის დახვეწილი კლონირებული ვერსიის შექმნა, ყალბი სტატიით, რომელიც ირწმუნებოდა, რომ პრეზიდენტობის კანდიდატ ემანუელ მაკრონს საუდის არაბეთი აფინანსებდა. კიდევ ერთი მაგალითი იყო ინტერნეტით გავრცელებული დოკუმენტები, რომლებიც შეიცავდნენ ყალბ ცნობებს იმის შესახებ, თითქმის მაკრონს ოფშორული საბანკო ანგარიში ბაჰამის კუნძულებზე ჰქონდა გახსნილი.⁴ და ბოლოს, დეზინფორმაცია ვრცელდებოდა 'Twitter raid'- ის საშუალებით, როდესაც ერთმანეთთან შემთხვევით დაკავშირებული ინდივიდების ქსელი, იდენტური ჰეშთეგით და გზავნილებით, კანდიდატის პირად ცხოვრებაზე Twitter-ზე ერთდროულად ჭორებს ავრცელებდა.

³ CrossCheck, 2017. Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?: Available at <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [accessed 03/04/2018].

⁴ CrossCheck, 2017. Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? CrossCheck, Available at <https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [accessed 03/04/2018].

2. მცდეხი ინფორმაციის მაგალითები:

2017 წლის 20 აპრილს, პარიზში, შანს ელიზზე განხორციელებულმა ტერაქტმა მცდარი ინფორმაციის ინსპირაცია გამოიწვია⁵, როგორც ეს თითქმის ყველა საგანგებო ამბის შემთხვევაში ხდება. სოციალურ მედიაში ადამიანებმა უნებლიედ უამრავი ჭორი გამოაქვეყნეს, მათ შორის, მაგალითად ის, რომ მეორე პოლიციელი მოკლეს. ადამიანები, ვინც ამ შინაარსის ინფორმაციას აზიარებენ, ზიანის მიყენების მიზნით ამას იშვიათად აკეთებენ. პირიქით, ისინი იმ მომენტში დახმარებას ცდილობენ, თუმცა მათ მიერ გაზიარებული ინფორმაციის ადეკვატურ გადამოწმებას ვერ ახდენენ.

3. დამაზიანებელი ინფორმაციის მაგალითები:

დამაზიანებელი ინფორმაციის გამორჩეული მაგალითია, როდესაც 7 მაისის მეორე ტურამდე ემანუელ მაკრონის ელექტრონული მეილების გაჟონვა მოხდა. კორესპონდენცია ავთენტურად ჩაითვა. თუმცა, საჯარო სივრცეში პირადი ინფორმაციის გაჟონვა წუთებით ადრე, ვიდრე ხმის მიცემის წინ ყველანაირ გაშუქებაზე სტანდარტული საარჩევნო აკრძალვა ამოქმედდებოდა, მაკრონის კამპანიისთვის მაქსიმალური ზიანის მიყენებას ისახავდა მიზნად.

ტერმინი პროპაგანდა არ არის დეზინფორმაციის სინონიმი, თუმცა დეზინფორმაციას შეუძლია პროპაგანდის ინტერესებს ემსახუროს. მაგრამ, პროპაგანდა, როგორც წესი, უფრო გამოკვეთილად მანიპულაციურია, ვიდრე დეზინფორმაცია, რადგან ის უფრო ემოციურ სახეს ატარებს, ვიდრე ინფორმაციულს.⁶

ამ მოდულში ჩვენ კონცენტრირებას მცდარ ინფორმაციასა და განსაკუთრებით დეზინფორმაციაზე გავაკეთებთ და განსხვავებული ტიპის მაგალითებს გავაზიარებთ.

ზემოთაღწერილი დეზინფორმაციის, მცდარი ინფორმაციისა და დამაზიანებელი ინფორმაციის კატეგორიები არ უნდა აგვერიოს ინფორმაციის ავთენტურ ნარატივებთან, რომელთაც სხვადასხვა ორიენტაცია აქვთ.

მაგალითად, ერთმა ჟურნალისტმა შეიძლება დაწეროს: “მიუხედავად იმისა, რომ ბერნი მედოფის ლიგაში არ არის, ამ ახალ საქმეში სავარაუდო თაღლითობამ მცირე ინვესტორებს ძლიერი დარტყმა მიაყენა”. სხვა ავტორს ლეგიტიმურად შეუძლია სხვაგვარ ფორმულირებას მიმართოს: “სავარაუდო თაღლითობამ ამ ახალ საქმეში მცირე ინვესტორები ძლიერ დააზარალა, მაგრამ ეს ბერნი მედოფის ლიგა არ არის”. მეორე ფრაზა უფრო მეტად ცდილობს ახალი საქმის შედარებითი მნიშვნელობის მინიმალიზება მოახდინოს. მოცემულ მაგალითებში განსხვავებული აქცენტები სულაც არ ნიშნავს, რომ მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის შემთხვევებთან გვაქვს საქმე, როგორც ეს ქვემოთ არის აღწერილი. ეს ერთი და იმავე ვითარების ინტერპრეტირების ორი ლეგიტიმური გზა შეიძლება იყოს.

საქმე ის არის, რომ ნარატივი როგორც ახალი ამბების, ასევე დეზინფორმაციის, მცდარი ინფორმაციისა და დამაზიანებელი ინფორმაციის შემადგენელია. ამდენად, ნარატივი არის იმ ფაქტებში, რომლებიც სააშკარაოზე გამოტის მიზნით, ახალი ამბებისთვის შეირჩევა (ან რა ფაქტებიც არის შეთითხნილი ან კონტექსტიდან ამოგლეჯილი ტოქსიკურ კომუნიკაციებში). დანაშაულის შესახებ სიახლეში, რომელიც დეზინფორმაციას ან მის მონათესავე კატეგორიას არ წარმოადგენს, შეიძლება დამნაშავის ან მსხვერპლის რასისა და ეროვნების მითითება მნიშვნელოვნად მიიჩნიონ. შეიძლება ფაქტი იყოს, რომ სავარაუდო მძარცველი არის მიგრანტი და არის მამაკაცი, ხოლო აშკარა მსხვერპლი ქალია; თუმცა, იმის განსაზღვრა, არის თუ არა რეალურად რომელიმე ზემოაღნიშნული ნიშანი ინფორმაციისთვის მნიშვნელოვანი, ჟურნალისტის საგამოძიებო ფუნქციას წარმოადგენს და იმ იდეოლოგიის, ხედვისა და მნიშვნელობასა და მიზეზშედეგობრიობაზე ნარატივის ნაწილია, რომელსაც რეპორტიორი გაცნობიერებულად თუ გაუცნობიერებლად გვანვდის. ეს არის ერთი საბაბი, რის გამოც “ფაქტების გადამოწმება” შეიძლება მომგებიანი იყოს, თუ

⁵ ერთ-ერთი მაგალითი იყო ჭორი, რომ მუსლიმები დიდ ბრიტანეთში თავდასხმას ზეიმობდნენ. ეს ცნობა პროექტმა CrossCheck-ი გადამოწმა: CrossCheck, (April 22, 2017) *Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees?* CrossCheck, Available at <https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [accessed 03/04/2018].

⁶ Neale, S. (1977). Propaganda. *Screen* 18-3, pp 9-40

მას თან ახლავს "ნარატივების და მათი სტრუქტურის ახსნა", რომლის ფარგლებშიც ფაქტებისა და ნარატივების მობილიზება კონკრეტული მიზნებისათვის ხდება. ლეგიტიმური ჟურნალისტიკის ნარატივები შეიძლება განსხვავებული იყოს და მათი არსებობა არ ნიშნავს, რომ ჟურნალისტიკა კარგავს თავის ინდივიდუალობას კომუნიკაციის სხვა ფორმებთან შედარებით, როგორცაა ქვემოთ ჩამოთვლილი შვიდი შემთხვევა:

1. საგია და პაიოლია

დებიზფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ტიპოლოგიაში სატირის დამატება, ალბათ გასაკვირია. სატირა და პაროდია შეიძლება ხელოვნების ფორმად ჩაითვალოს. თუმცა, სამყაროში, სადაც ადამიანები სულ უფრო მეტ ინფორმაციას იღებენ სოციალური ქსელების საინფორმაციო ველიდან, დამაბნეველია ის, რომ ამ ტიპის ვებ-გვერდები სატირულად არ აღიქმება. ამის მაგალითია The Khabaristan Times- ის სატირული სვეტი და საიტი, რომელიც ახალი ამბების ვებ-გვერდის Pakistan Today-ის ნაწილი იყო.⁷ 2017 წლის იანვარში, ვებ-გვერდი პაკისტანში დაიბლოკა და შესაბამისად, ის აღარ ფუნქციონირებს.⁸

2. ცხუ კავშირი

როდესაც სათაურები, ვიზუალი ან ტიტრები ტექსტში მოცემულ შინაარსს არ შეესაბამება, ეს ცრუ კავშირის მაგალითია. ამ ტიპის შინაარსის ყველაზე გავრცელებული ნიმუშია ქლიქბაიტ სათაურები. აუდიტორიის ყურადღების მისაპყრობად გაზრდილი კონკურენციის ფონზე, რედაქტორებს უფრო მეტად უწევთ ისეთი სათაურების დაწერა, რომლითაც "ქლიქებს" (ბმულზე დაწკაპუნება) მოიზიდავენ, თუნდაც მაშინ, როცა ადამიანები სტატიის ნაკითხვის შედეგად თავს მოტყუებულად გრძნობენ. განსაკუთრებით აღმაშფოთებელი მაგალითის ნახვა შეგიძლიათ Political Insider-ის ვებ-გვერდზე.⁹ ეს ასევე შეიძლება მოხდეს, როდესაც გამოყენებული ვიზუალი ან ტიტრი, განსაკუთრებით ისეთ საიტებზე, როგორცაა Facebook, გარკვეულ შთაბეჭდილებას ქმნის, მაგრამ ტექსტით გამყარებული არ არის. მაგრამ როდესაც ადამიანები თავიანთი სოციალური ანგარიშის გვერდს ბმულზე დაწკაპების და სტატიებზე გადასვლის გარეშე (რაც საკმაოდ ხშირად ხდება) ათვალთვლებენ, შეცდომაში შემყვანი ვიზუალური გამოსახულებები და ტიტრები შესაძლოა, განსაკუთრებით მაცდუნებელი აღმოჩნდეს.

3. შეცდომაში შემყვანი შინაარსი

ამ ტიპის შინაარსი მაშინ გვხვდება, როდესაც ინფორმაცია შეცდომაში შემყვანის მიზნით გამოიყენება, რათა მოხდეს საკითხების ან ინდივიდების გარკვეული სახით წარმოჩინება, ფოტოების დამუშავების, ციტატების ან სტატისტიკის სელექციური შერჩევის გზით. ამას ეწოდება "ფრეიმინგის" ანუ ცნობიერების ჩამოყალიბების თეორია¹⁰. ზოგიერთი მაგალითი გამოაშკარავებულია Rappler.com-ზე¹¹. ვიზუალი შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის გაზიარებისთვის განსაკუთრებით მძლავრი საშუალებაა, რადგან ჩვენი ტვინი ვიზუალური მხარის მიმართ ნაკლებად კრიტიკულია.¹² 'ორი-გინალური' ან ფასიანი რეკლამა, რომელიც სარედაქციო შინაარსს წააგავს, ასევე ამ კატეგორიაში ექცევა მაშინ, როცა მკაფიოდ არ არის იდენტიფიცირებული, რომ მასალა დასპონსორებულია.¹³

⁷ Pakistan Today (2018). Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif. [online] p.khabaristan Today. ხელმისაწვდომია: <https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [წვდომა 21/11/2020].

⁸ საკონსულტაციო რესურსებს შორის, ერთ-ერთი ამ პუბლიკაციის თანავტორის ჯული პოზეტის მიერ ელის მეთიუსთან ერთადაა დაწერილი. (TBA)

⁹ The Political Insider (2015). First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING! [online] ხელმისაწვდომია: <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁰ Entman, R., Matthes, J. and Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Contributor), ed., Handbook of Journalism studies. [online] New York: Routledge, pp.196-211. ხელმისაწვდომია: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

¹¹ Punongbayan, J. (2017). Has change really come? Misleading graphs and how to spot them. Rappler.com. [online] ხელმისაწვდომია: <https://www.rappler.com/voices/thought-leaders/duterte-change-fake-news-graphs-spot> [წვდომა 21/11/2020].

¹² იხ. ჰანა გაის სტატია ამ გავრცელების სავალდებულო საკითხავ მასალები

¹³ იხ. მოდული სამი

4. ცხუ კონტექსტი

ერთ-ერთი მიზეზი იმისა, თუ რატომ არის ტერმინი ‘ყალბი ამბავი’ უსარგებლო, არის ის, რომ ორიგინალი შინაარსი ხშირად განმეორებისას კონტექსტიდან ამოგლეჯილად ვრცელდება. მაგალითად, ფოტო ვიეტნამიდან, რომელიც 2007 წელს არის გადაღებული, განმეორებით შვიდი წლის შემდეგ გავრცელდა და გაზიარებული იყო როგორც ნეპალის ფოტო, რომელიც 2015 წლის მიწისძვრის შედეგებს ასახავდა.¹⁴

5. თვითმახვეია შინაარსი

რეალურ პრობლემას წარმოადგენს ჟურნალისტების სახელის ისეთი სტატიების ავტორებად მითითება, რომლებიც მათ არ დაუწერიათ, ან ორგანიზაციების ლოგოების ისეთ ვიდეოებსა და სურათებში გამოყენება, რომლებიც მათ არ შეუქმნიათ. მაგალითად, 2017 წელს კენიის არჩევნების წინ, BBC აფრიკამ აღმოაჩინა, რომ WhatsApp-ის საშუალებით ვრცელდებოდა უცნობის მიერ შექმნილი ვიდეო, რომელიც ფოტოშოპით დამუშავებულ BBC-ის ლოგოს იყენებდა.¹⁵ ამის გამო, მათ საპასუხო ვიდეოს დამზადება და სოციალურ ქსელში გაზიარება მოუწიათ, რომლითაც ხალხს აფრთხილებდნენ, არ მოტყუებულობოდნენ ყალბი ვიდეოთი.

6. მანიპულირებული შინაარსი

მანიპულირებული შინაარსის შემთხვევაში ავთენტური მასალის მანიპულირება მოტყუების მიზნით ხდება. ამის მაგალითია HuffPost-ის რედაქტორის ფირილ ჰაფიჯის მანიპულირებული სურათები სამხრეთ აფრიკიდან, სადაც ერთ შემთხვევაში ის ბიზნესმენ იოჰან რუპერტის კალთაში ზის, რაც მათ პირად ურთიერთობაზე მიანიშნებს.¹⁶

7. გაყაღებული შინაარსი

ამ ტიპის შინაარსი შეიძლება იყოს ტექსტუალურ ფორმატში, როგორიცაა სრულიად გაყალბებული ‘ახალი ამბების ვებ-გვერდები’, მაგალითად, WTOE5 News, ფანტასტიკური ჟანრის თვითგამოცხადებული ახალი ამბების საიტი, რომელმაც გამოაქვეყნა სტატია იმის შესახებ, რომ პაპმა დონალდ ტრამპს პრეზიდენტად მხარი დაუჭირა. ის ასევე შეიძლება იყოს ვიზუალური, როგორც ეს იყო გრაფიკული პოსტერები, როდესაც ხალხს ჰილარი კლინტონის ხმის მიცემას მოკლე ტექსტური შეტყობინებით არასწორად ურჩევდნენ.¹⁷ აშშ-ში საპრეზიდენტო არჩევნების წინ ამ ვიზუალურ პოსტერების სამიზნედ სოციალურ ქსელებში უმცირესობები იყვნენ შერჩეული.

ზოგადად, საზოგადოებამ და განსაკუთრებით ჟურნალისტებმა ‘ინფორმაციული ქაოსის’ ‘ელემენტები - აგენტები, გზავნილები და ინტერპრეტატორები - ცალ-ცალკე უნდა განიხილონ. ამ მატრიცაში მოცემულია კითხვები, რომლებიც თითოეულ ელემენტთან მიმართებით უნდა დაისვას. აგენტი, რომელიც ქმნის გაყალბებულ გზავნილს, შეიძლება განსხვავდებოდეს იმ აგენტისგან, ვინც ამ გზავნილს აწარმოებს - ასევე შეიძლება განსხვავებული იყოს იმ აგენტისგან, ვინც მას ვრცელებს. ანალოგიურად, საჭიროა საფუძვლიანი გააზრება, თუ ვინ არიან ეს აგენტები და რა მოტივაცია ამოძრავებთ მათ. და რა მოტივაცია ამოძრავებთ მათ. ასევე საჭიროა აგენტების მიერ გავრცელებული სხვადასხვა ტიპის გზავნილების შესწავლა რათა თითოეულის მასშტაბის შეფასება შევძლოთ და მათზე რეაგირება დავიწყოთ. (დღემდე დისკუსია ძირითადად მოჭარბებულად იყო ფოკუსირებული გაყალბებული ტექსტუალური ახალი ამბების ვებ-გვერდებზე, თუმცა ვიზუალური შინაარსი ასევე ფართოდაა გავრცელებული და უფრო რთულად იდენტიფიცირებადი და გამოსავლენი).

¹⁴ Pham, N. (2018). Haunting ‘Nepal quake victims photo’ from Vietnam. BBC. [online] ხელმისაწვდომია: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁵ BBC (2017). Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate. [Online] ხელმისაწვდომია: <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁶ Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] ხელმისაწვდომია: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [წვდომა 21/11/2020].

¹⁷ Hiltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. ხელმისაწვდომია: <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [წვდომა 21/11/2020].

და ბოლოს, საჭიროა გავითვალისწინოთ 'ინფორმაციული ქაოსის' სამი 'ეტაპი': შექმნა, წარმოება და გავრცელება (დიაგრამა 2). სხვადასხვა ელემენტებთან ერთად, მნიშვნელოვანია, 'ინფორმაციული ქაოსის' სხვადასხვა ფაზების გათვალისწინება, რადგან აგენტები, ვინც ქმნიან შინაარსს, ხშირად მწარმოებლისა და გამავრცელებლისგან გამიჯნულნი არიან.



დიაგრამა 2: 'ინფორმაციული ქაოსის' სამი ელემენტი

მაგალითად, სახელმწიფოს მიერ მხარდაჭერილი დებინფორმაციის კამპანიის დამგეგმვათა მოტივაცია ძალიან განსხვავებულია დაბალანზღაურებადი 'ტროლებისგან', რომელთა ამოცანაა კამპანიის თემატიკა კონკრეტულ პოსტებად გარდაქმნან. მას შემდეგ, რაც გზავნილი გავრცელდება, იგი შეიძლება სხვადასხვა მოტივაციით განსხვავებულმა სუბიექტებმა უსასრულოდ გადააზიარონ და გაავრცელონ. მაგალითად, სოციალური მედიის პოსტი შეიძლება რამდენიმე ჯგუფმა გაავრცელოს, რაც ხელს შეუწყობს მეინსტრიმული მედიის (მოქმედებს სათანადო მეთვალყურეობის გარეშე) მიერ თემის ატაცებას, რეპროდუქციას და შემდგომ სხვა ჯგუფებში გავრცელებას. ამ ნუანსების/დეტალების გაანალიზება მხოლოდ 'ინფორმაციული ქაოსის' კვლევის გზითაა შესაძლებელი.¹⁸

¹⁸ გამომცემლის შემდგომი შენიშვნა: განსახილველი დიაგრამა ქვემოთაა მოცემული

	აქტორები: მთავრობა, ფსიქოლოგიური ოპერაციების (psy-ops) ჯარისკაცები, პოლიტიკური პარტიები, მეწარმეები, PR კომპანიები, ინდივიდები, მედია	პროგრამული მხარდაჭერა
კონტენტის შექმნა - მაგ: ამბავი, კომენტარი, "ლაიქები" (მოწონება), ვიდეოები, მიმები-	ხშირად დაფარული ან მოპარული ან ყალბი იდენტობით	ინტერაქტიული ინტერფეისი
კონტენტის გავრცელება გაზიარებით და დალინკვით	ბოტების გამოყენება დასახმარებლად	ბოტები
კონტენტის რედაქტირება: შეცვლა/შესწორება, შერბილება და ზედამხედველობა	შელწევა და გეიმინგი	ალგორითმები

ცხრილი: ტოქსიკურობის ჩარჩო - როგორ შეიძლება ინფორმაციის სანდოობა დაზარალდეს

წყარო: ბერგერი, ჯ. G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [წვდომა 21/11/2020].

ვებ-გვერდის მაგალითი, რომელმაც გამოაქვეყნა ვირუსული ამბავი იმის შესახებ, რომ პაპმა პრეზიდენტობის კანდიდატ დონალდ ტრამპს დაუჭირა მხარი, ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილია.¹⁹ ეს კარგი მაგალითია 'ინფორმაციული ქაოსის' სხვადასხვა ფაზების გასააზრებლად. (იხ. დიაგრამა 3)



სურათი 3: 'ინფორმაციული ქაოსის' ფაზები



მოქმედების მიზნები

- ▶ დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ფართო სპექტრის გათვალისწინებით, ონლაინ ინფორმაციის უფრო გამჭვირვალი მოხმარება.
- ▶ ამ ტიპის ინფორმაციის გამავრცელებლების (ხშირად ანონიმი ან თვითმარქვია), მათ მიერ გამოყენებული ფორმატების, ასევე იმის კრიტიკული ანალიზი, თუ როგორ შეიძლება მოხდეს ინფორმაციის ინტერპრეტაცია და გავრცელება.
- ▶ 'ინფორმაციული ქაოსის' კომპლექსურობის გააზრება, განსაკუთრებით საჭიროება განვასხვავოთ, თუ ვინ ქმნის ამ ტიპის ინფორმაციას, რა ფორმატებს იყენებს და როგორ აზიარებს ამ გაზვნილებს აუდიტორია.
- ▶ დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის გამოწვევების დაძლევის სირთულეების გააზრების უნარი.
- ▶ ხაზგასმა, თუ როგორ მოქმედებს 'ინფორმაციული ქაოსი' დემოკრატიებსა და ღია საზოგადოებებზე, რაც წინა მოდულის თემაა.



სწავლების შედეგები

კურსის ბოლოს, მონაწილეები შეძლებენ:

1. გაიაზრონ ის მეთოდები და გზები, თუ როგორ განიხილავენ და აყალიბებენ ამ თემას პოლიტიკოსები, საინფორმაციო მედია და აკადემია საჯარო დისკურსში.
2. გააცნობიერონ, რომ 'ინფორმაციული ქაოსის' მახასიათებლები ზიანი და სიყალბეა.

¹⁹ WOT5 News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [online] Available at: <https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/> [წვდომა 21/11/2020].

3. მოახდინონ მცდარი ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის ტიპოლოგიის იდენტიფიცირება და ხვადასხვა მაგალითებისთვის მისადაგება.
4. დეზინფორმაციის მაგალითის კრიტიკულ გააზრებას და მის დეკონსტრუირებას: თუ ვისი განზრახვა იკვეთება და/ან ვინ არის ავტორი, რა არის გზავნილი და როგორ შეიძლება აუდიტორიის მიერ მისი ინტერპრეტირება.
5. სხვისთვის განმარტებას, თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი ამ საკითხის სრულფასოვნად გააზრება.



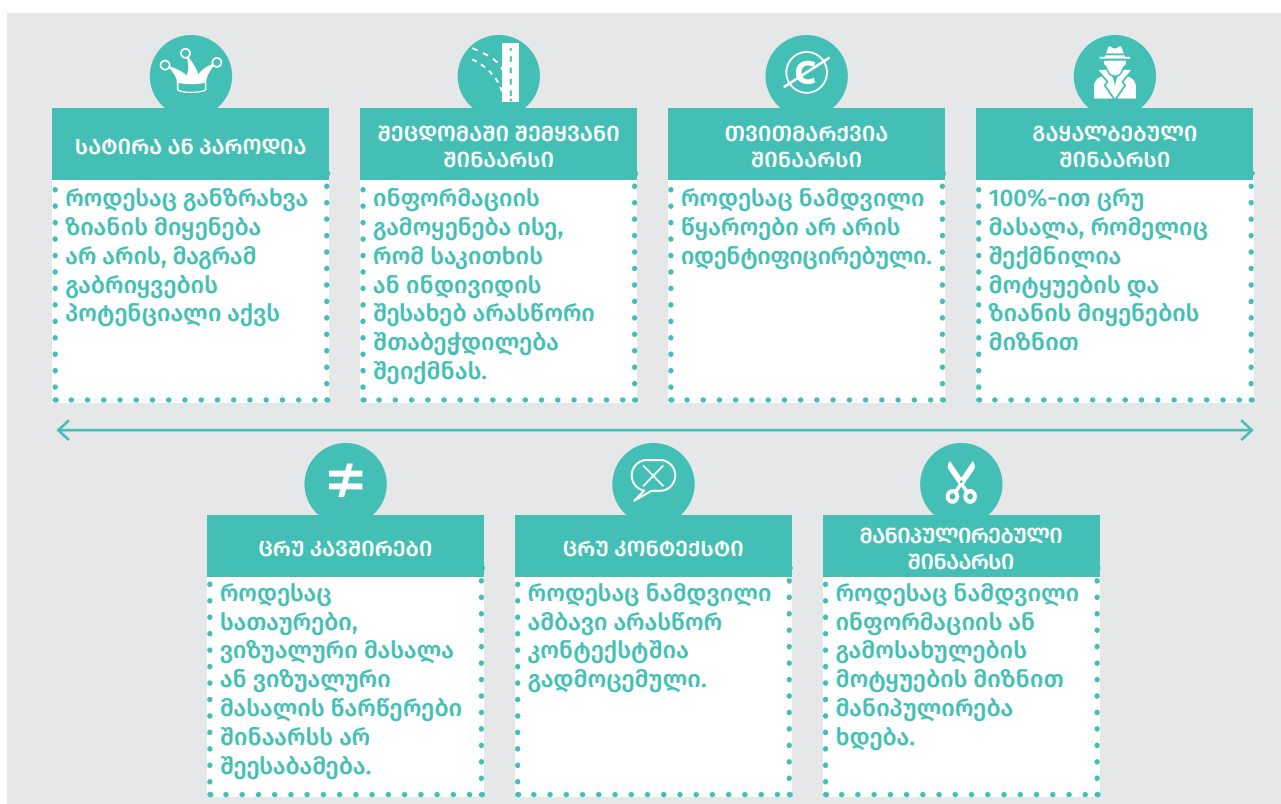
მოდულის ფოხმაგი

თეორიული ლექცია და პრაქტიკული სემინარი:

ამ მოდულის სლაიდები²⁰ მომზადებულია ხანგრძლივი, ინტერაქციული სემინარის ჩასატარებლად.

თუმცა, ამ კურიკულუმის მიზნისთვის, თეორიული ლექციის საფუძველი ზემოთმოყვანილი ტექსტია. სლაიდებზე წარმოდგენილი პრაქტიკული სავარჯიშოები 90 წუთიანი სწავლებისთვისაა გათვლილი. მასწავლებლები სლაიდებს უნდა მიჰყვნენ და სადისკუსიო კითხვები და სავარჯიშოები გამოიყენონ.

სავარჯიშო 1: შეხედეთ ქვემოთ მოცემულ დიაგრამა 4-ს, რომელიც 'დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის 7 ტიპს' განმარტავს. მონაწილეებს თხოვეთ, იმუშაონ წყვილებად ან პატარა ჯგუფებში და ამ კატეგორიების შესაბამისი მაგალითები წარმოადგინონ.



დიაგრამა 4. მცდარი ინფორმაციის და დეზინფორმაციის 7 ტიპი - firstdraftnews.org

²⁰ სლაიდების ჩამოტვირთვა შესაძლებელია აქ: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

სავარჯიშო 2: გაეცანით ვენის დიაგრამას (პირველი დიაგრამა), რომელიც მცდარ ინფორმაციას, დეზინფორმაციასა და დამაზიანებელ ინფორმაციას შორის განსხვავებას განმარტავს. ეთანხმებით თუ არა მას? რა აკლია? არის რამე, რასაც კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენებდით?

გეგმის დაკავშირება სწავლების შედეგებთან

ა. თეორიული

ლექცია	ხანგრძლივობა	სწავლების შედეგი
პრეზენტაცია და დისკუსია: დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის უახლესი მაგალითების შესახებ არსებული ცოდნის გაზიარება	90 წუთი	1

ბ. პრაქტიკული

ლექცია	ხანგრძლივობა	სწავლების შედეგი
სავარჯიშო 1: შეხედეთ ქვემოთ მოცემულ დიაგრამა 4-ს, რომელიც 'დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის 7 ტიპს' განმარტავს. მონაწილეებს თხოვეთ, იმუშაონ წყვილებად ან პატარა ჯგუფებში და ამ კატეგორიების შესაბამისი მაგალითები წარმოადგინონ.	45 წუთი	2
სავარჯიშო 2: გაეცანით ვენის დიაგრამას (პირველი დიაგრამა), რომელიც მცდარ ინფორმაციას, დეზინფორმაციასა და დამაზიანებელ ინფორმაციას შორის განსხვავებას განმარტავს. ეთანხმებით თუ არა მას? რა აკლია? არის რამე, რასაც კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენებდით?	45 წუთი	3



შემოთავაზებული ღვაწი

შექმენით კადრირება²¹ განმარტებითი ვიდეოსთვის, რომლის განთავსებასაც სოციალური მედიის კომპანია სიახლეების ზოლის თავში შესძლებს, იმ მიზნით, რომ საკუთარი მომხმარებლები გაანათლოს, თუ რა უნდა გაითვალისწინონ ინფორმაციის მოხმარებისას. მონაწილეებს შეუძლიათ დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ის მაგალითები დაამატონ, რომლებიც ამ მოდულში შეხვდათ, იმისთვის, რომ ყურადღება გაამახვილონ იმ პოსტების მოწონების ('დალაიქების'), 'გაზიარების' და დაკომენტარების რისკებზე, რომელთა უტყუარობაში მკითხველი დაწრმუნებული არ არის. კადრირების (storyboarding) მარტივი ინსტრუმენტი ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.storyboardthat.com/>

²¹ შენიშვნა: Storyboarding არის კრეატიული დაგეგმვის პროცესი, რომელიც გამოიყენება რეკლამაში, ფილმებში, დოკუმენტალისტიკაში და ჟურნალისტიკაში, რომელიც ტექსტის, ვიდეოს და აუდიო კონტენტის ვიზუალურ კადრირებას იყენებს



მასალები

სლაიდები: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_model_course_1_slide_deck.pdf



საკითხავი მასაღა

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism. Presentation at conference organized by the Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference of the European Parliament on 6 September 2017 https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) Types of Misinformation During the UK Election, First Draft News, ხელმისაწვდომია: <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>

Guy, H. (2017) Why we need to understand misinformation through visuals, First Draft News, ხელმისაწვდომია: <https://firstdraftnews.org/latest/understanding-visual-misinfo/>

Karlova, N.A. and Fisher, K.E. (2012) "Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo). ხელმისაწვდომია: https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

Silverman, C. (2017) This is How your Hyperpartisan Political News Get Made, BuzzFeed News, ხელმისაწვდომია: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe. ხელმისაწვდომია: <https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online, First Draft News, ხელმისაწვდომია: https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017) Stop Saying Fake News, It's Not Helping, My Heart's in Accra, ხელმისაწვდომია: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>

საინფორმაციო ინდუსტრიის გარდაქმნა: ციფრული ტექნოლოგია, სოციალური კლავორკები და ღონისძიებებისა და მსღერძო ინფორმაციის გავრცელება

ჯუდი პოზეტი



მოდული 3



სინოქსისი

ციფრულ ერას 'ჟურნალისტიკის ოქროს ხანას' უწოდებენ. მართლაცდა, მაუსის ერთი დაწკაპუნებით მან ხელი შეუწყო წვდომას მნიშვნელოვან მონაცემებზე, რომელთაც სათავე დაუდეს გახმაურებულ ჟურნალისტურ გამოძიებებს¹, ტრანს-სასაზღვრო ერთობლივი გაშუქების ახალ მოდელს, ცოდნის საგანძურზე წვდომას და მრავალფეროვან წყაროებს. ციფრულმა ერამ ახალი ამბების ინდუსტრიაში უპრეცედენტო, ახალი გამოწვევები და სტრუქტურული ცვლილებებიც განაპირობა. ჟურნალისტიკას 'ცეცხლი აქვს გახსნილი'², ის ერთობლივი ვირტუალური შეტევის სამიზნეა, რაც 'ინფორმაციულ ქაოსს' კვებავს³. ეს მოიცავს:

- ▶ კომპიუტერიზებული პროპაგანდის⁴ ზრდას და 'უნდობლობის იარაღად ქცევას'.⁵
- ▶ ახალი ამბების ტრადიციული ბიზნეს მოდელის კოლაფსს და მასობრივ უმუშევრობას, რაც ციფრულ სივრცეში რეკლამის გადინებამ განაპირობა.
- ▶ ციფრული რეკლამის მარცხს, ჩაენაცვლებინა ბეჭდვითი რეკლამა და ამით ხელი შეეწყო ჟურნალისტიკისთვის (Google და Facebook ახლა ციფრული რეკლამის გაყიდვების ძირითადი ბენეფიციარები არიან).⁶
- ▶ ციფრულ კონვერგენციას, რომელიც გარდაქმნის კონტენტის დაკვეთას, წარმოებას, გამოქვეყნებას და გავრცელებას, მნიშვნელოვნად ზრდის დროის წნეხს და დამატებით იწვევს სამუშაო ადგილების დაკარგვას.
- ▶ ჟურნალისტების (განსაკუთრებით ქალების), მათი წყაროების და აუდიტორიის მიზანმიმართულ ონლაინ შევიწროებას.⁷
- ▶ სოციალური მედია პლატფორმები აუდიტორიას კონტენტის აღმოჩენისა და გავრცელების⁸ ეპიცენტრში აყენებენ და შესაბამისად, მათ ინფორმაციის თანამწარმოებლებად ხდიან (რასაც ბევრი სიკეთე ახლავს თან, თუმცა ამავე დროს ის საინფორმაციო მედიის დღის წესრიგის განსაზღვრის ტრადიციულ ექსკლუზიურ უფლებას არყევს და გადამონმების სტანდარტებზე ახდენს გავლენას⁹).
- ▶ წნეხი პროფესიონალ ჟურნალისტებზე, რომლებიც რესურსების კლების და უწყვეტი საინფორმაციო ციკლის პირობებში ოპერირებენ, კიდევ უფრო იზრდება, რასაც შემდეგი ფაქტორები განაპირობებენ: აუდიტორიის მოთხოვნა სიახლეების 'საჭიროებისამებრ' (On-demand) მიღებაზე, მობილური ტელეფონებით მიწოდებასა და რეალურ დროში სო-

¹ Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age UNESCO, Paris. p 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [წვდომა 21/11/2020]. . (Citing ICJ Director, Gerard Ryle)

² Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money, One World, London

³ UNESCO (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO, Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

⁴ Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Council of Europe, Op Cit. Note: the video recording of a panel discussion at the 2018 International Journalism Festival, convened by the chapter author, is a resource that instructors may wish to use for the operationalization of this module. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>

⁵ Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project. OECD. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [წვდომა 21/11/2020].

⁶ UNESCO (2017). States and journalists can take steps to counter 'fake news'. UNESCO, Paris. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [წვდომა 21/11/2020].

⁷ Kollwe, J. (2017). Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue The Guardian, May 2nd 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [წვდომა 21/11/2020].

⁸ იხ. მოდული შვიდი

⁹ Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News in Digital Journalism, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁰ Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [წვდომა 21/11/2020].

ციალურ მედიაში ჩართულობაზე.

- ▶ ტრადიციული საინფორმაციო მედიის გამომცემლებს აუდიტორიის შენარჩუნება იმ პირობებში უწევთ, როდესაც ინფორმაციის გამოქვეყნების ბარიერები მოხსნილია და ნებისმიერ პირს ან ორგანიზაციას შეუძლია შექმნას კონტენტი ისე, რომ გვერდი აუაროს ტრადიციულ მედიას და იბრძოლოს ყურადღების მისაზიდად - მათ შორის, გავლენიანი პოლიტიკოსების, რომლებიც კრიტიკული გაშუქების სანდოობის შერყევას ცდილობენ.¹¹
- ▶ ბევრი ახალი ციფრული მედია სტარტაპის შეზღუდული გავლენა და მომგებიანობა, გაზეთების წარუმატებლობით განპირობებულ სიცარიელეს ავსებს.
- ▶ ჟურნალისტიკისა და მეინსტრიმული მედიის მიმართ ნდობის ეროზია, რამაც აუდიტორიის შემდგომი კლება განაპირობა, ამცირებს მოგებას და 'ინფორმაციული ქაოსის' შექმნას ხელს უწყობს.

შედეგად, ზღვარი ფაქტებს, გართობას, რეკლამას, გაყალბებასა და მხატვრულ ნაწარმოებს შორის უფრო და უფრო გაბუნდოვანებულია. როდესაც დეზინფორმაცია და მცდარი ინფორმაცია ქვეყნდება, სოციალური მედიის სიახლეების განაწილების სისტემა, რომელიც პირდაპირ გაზიარებას ეყრდნობა, ხშირად კონტენტის ვირუსულად გავრცელებას განაპირობებს და პროცესს შეუქცევადს ხდის, მაშინაც კი, როცა ჟურნალისტები და სხვა ფაქტჩეკერები დეზინფორმაციის მხილებას წარმატებით ახდენენ.

ეს მოდული მონაწილეებს გააცნობს, თუ როგორ დაანგრია ციფრულმა ერამ ბევრი კომერციული საინფორმაციო მედია ბიზნესი მოდელი, ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესებთან და სოციალური მედიის გამოჩენასთან კომბინაციით, თუ როგორ გახდა შესაძლებელი დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის ლეგიტიმაცია და მათი ვირუსული გავრცელება¹². იგი ასევე დაეხმარება მონაწილეებს კრიტიკულად გაანალიზონ, თუ როგორ პასუხობს საინფორმაციო მედია 'ინფორმაციულ ქაოსს'. დამატებით, მან უნდა მოახდინოს მონაწილეების ინფორმირება ინდუსტრიაში ახალი წარმატებული პრაქტიკის შესახებ, რაც პრობლემის მოგვარებას ისახავს მიზნად.



მონახაზი

საკითხში გარკვევა

'ინფორმაციული ქაოსის' სტრუქტურული მიზეზები, რაც გავლენას ახდენს ახალი ამბების ინდუსტრიაზე.

1) ტრადიციული ბიზნესი მოდელების კოლაფსი

ტრადიციული რეკლამის შემოსავლის სწრაფმა ვარდნამ - დაფინანსების მოდელმა, რომელიც კომერციულ ჟურნალისტიკას თითქმის ორი საუკუნის განმავლობაში ინახავდა - და ციფრული რეკლამის მარცხმა, სათანადო შემოსავლის გენერირება მოეხდინა - ჟურნალისტური ბიზნესის მდგრადობისთვის ექსპერიმენტების აუცილებლობა განაპირობა. თუმცა, საინფორმაციო ინდუსტრიის კოლაფსი გაზეთების ტირაჟების მკვეთრი ვარდნით, დრამატული რესტრუქტურიზაციებითა და მასობრივი დათხოვნებით მხოლოდ დაჩქარდა, რაც ციფრული ხანის რედაქციებში ციკლურ პრაქტიკად იქცა. მედიის მომხმარებელთა ქცევის შეცვლამ და სოციალური მედიის გავრცელებამ, ხელმისაწვდომ აპლიკაციებზე დაფუძნებული სმარტფონების შემოსვლასთან ერთად ტრადიციული ახალი ამბების პროდუქტებიდან ინფორმაციის პირისპირ გაზიარების მოდელზე აუდიტორიის გადასვლა განაპირობა, რამაც შემოსავალის შემდგომი შემცირება გამოიწვია.

'ინფორმაციულ ქაოსთან' დაკავშირებული გავლენა მოიცავს შემდეგს:

- ▶ რედაქციის რესურსების (თანამშრომლებისა და ბიუჯეტების) შემცირება, რაც

წყაროებისა და ინფორმაციის ნაკლებ გადამონმებას და ადგილზე, მოვლენების ეპიცენტრიდან ნაკლებ გაშუქებას განაპირობებს.

- ▶ სამუშაოს შესრულების ბოლო ვადებზე გაზრდილი დროის წნეხი, რასაც თან ახლავს ხარისხის კონტროლის შემცირება და სამსახურების დაკარგვა მაშინ, როცა ვებ-გვერდებისა და სოციალური მედია არხების დიდი ინფორმაციული ნაკადით შევსებაზე მოთხოვნილება მზარდია.
- ▶ ნაკლები დრო და რესურსები 'შემონმებასა და დაბალანსებაზე' (მათ შორის კორესპონდენტის ფაქტების გადამონმება და დამატებითი რედაქტირება).
- ▶ ზედმეტი დამოკიდებულება ცუდად იდენტიფიცირებულ, მაგრამ მომგებიან 'ბუნებრივ რეკლამაზე'¹³ და 'ქლიქებით' სათაურებზე, რაც აუდიტორიის ნდობის დაკარგვის რისკს კიდევ უფრო ზრდის.

2) რედაქციებისა და ამბის თხრობის ციფრული ტრანსფორმაცია

2000 წლის ათწლეულმა მედიის სამყაროს დიდი ნაწილი შეარყია,¹⁴ რამაც ახალი ამბების შექმნის, გავრცელებისა და მოხმარების ჩვეული მოდელი და პროცესი მას შემდეგ შეაფერხა, რაც ციფრული ერა დადგა. მან ერთდროულად უპრეცედენტო შესაძლებლობებიც გააჩინა და გამოწვევებიც შექმნა. ახალი ამბების ინდუსტრიის ციფრული ტრანსფორმაცია და ჟურნალისტიკის ხელობა ახლა აღიქმება უწყვეტ პროცესად, რომელსაც ერთდროულად აუდიტორიის ქცევის შეცვლა (მაგ. კონტენტის პირდაპირ გავრცელება, წვდომა მოთხოვნით) და ტექნოლოგია (მაგ. სოციალური მედიის პლატფორმების განვითარება, ვირტუალური რეალობის, ხელოვნური ინტელექტის გაჩენა და სმარტფონებზე გაზრდილი წვდომა) ამოძრავებს.¹⁵ ამრიგად, არსებობს ციფრული უნარების განვითარების მუდმივი საჭიროება.

'ინფორმაციულ ქაოსთან' დაკავშირებული გავლენა მოიცავს შემდეგ საკითხებს:

- ▶ მედიის კონვერგენცია: ახლა ბევრ ჟურნალისტს ევალება ერთდროულად მრავალი პლატფორმისთვის აწარმოოს კონტენტი (მობილურიდან დაწყებული ბეჭდვითი დამთავრებული), გამოახოს დრო პროაქტიული გაშუქებისთვის, რაც რეაქტიული მიდგომისგან, როგორცაა საზოგადოებასთან ურთიერთობის მასალების სათანადო შემონმების გარეშე რეპროდუქცია, განსხვავდება.
- ▶ კორესპონდენტებს სულ უფრო მეტად მოეთხოვებათ საკუთარი მასალის რედაქტირება და გამოქვეყნება, სათანადო განხივის გარეშე.¹⁶
- ▶ ციფრულ სამყაროში პირველი ბოლო ვადა (დედლაინი) ყოველთვის არის *ახლა*; რაც შეცდომების რისკს ზრდის.
- ▶ მასალების პირველ რიგში სოციალურ ქსელში გამოქვეყნება ჩვეულებრივი მოვლენა გახდა ჟურნალისტებისთვის, რომლებიც საკუთარ მასალებს სოციალური მედიის ინდივიდუალურ ან/და გამომცემლების გვერდებზე აქვეყნებენ, რათა მიმდინარე მოვლენებზე აუდიტორიის მოთხოვნები რეალურ დროში დააკმაყოფილონ. ასეთი პრაქტიკა მოიცავს ტვიტერსა და ფეისბუკზე ვიდეოების პირდაპირ ტრანსლირებას (Live) და სხვა ჟურნალისტურ აქტივობებს, რაც სარედაქციო ზედამხედველობას ყოველთვის

¹³ ბუნებრივი რეკლამა' მედია ინდუსტრიაში გამოიყენება ისეთი დაფინანსებული შინაარსის შესატყვისის ტერმინად, რომელიც რეპორტაჟის იდენტურია. ის ეთიკურ პრაქტიკად ითვლება მაშინ, როცა მკაფიოდ არის მარკირებული, რომ შინაარსი დაფინანსებულია. თუმცა, მკითხველის შეცდომაში შეყვანის შიშები ზოგიერთ შემთხვევაში გამჭვირვალობის დეფიციტის გამო გამოითქმის.

¹⁴ Nielsen, R. K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [წვდომა 21/11/2020].

¹⁵ ციფრული მედია ტენდენციების დეტალური გლობალური ანალიზისთვის, იხ: Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ) Digital News Report. 2018 წლის გამოცემა ხელმისაწვდომია: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>

¹⁶ იხ. Australian Community Media (ACM) case study: Robin, M. (2014). Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model Crikey. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [წვდომა 21/11/2020]. . (შენიშვნა: ეს მეთოდი უკვე დამკვიდრებულია Fairfax Media-ს რეგიონულ და სათემო გამოცემებში).

არ გულისხმობს (პირდაპირი ტრანსლირების მსგავსად), რაც პოტენციურად 'ჯერ გამოაქვეყნე და შემდგომ შეამოწმე' მიდგომას განაპირობებს.

- ▶ ელემენტარული მონაცემების ანალიზზე დაყრდნობა, რომელიც სტატიებზე დაწკაპების რაოდენობასა და ვებ-გვერდის უნიკალურ ვიზიტორებზეა ფოკუსირებული, ნაცვლად 'დახარჯული დროისა', რომელსაც მომხმარებელი მასალის გაცნობას უთმობს (უფრო სასარგებლო მაჩვენებლები გრძელვადიანი და ხარისხიანი ჟურნალისტიკისთვის), რაც მზარდი და დაბალხარისხიანი ციფრულ რეკლამებზე მაღალი ფასების დასასაბუთებლად გამოიყენება.
- ▶ ქლიქბაითის პრაქტიკა (შეცდომაში შემყვანი სათაურების გამოყენება, რომ მკითხველი შეაცდინოს და მოტყუების გზით ბმულებზე გადაიყვანოს) მიზნად ისახავს ტრეფიკის გაზრდას, თუმცა ამავე დროს პროფესიონალური ჟურნალისტიკისადმი ნდობის ეროზიასთან ასოცირდება.
- ▶ ვირუსულად გავრცელება ხარისხისა და სიზუსტის ხარჯზე. ეს არის პრობლემა, რომელიც 'კომპიუტერული სწავლების' შედეგად შესაძლოა, გამწვავდეს.
- ▶ რედაქციებში ფაქტჩეკერების განყოფილებების ზრდა და მედიის განვითარების პროექტების შედეგები.

3) ვირუსულად გავრცელება: როგორ ხდება ახალ ინფორმაციულ ეკოსისტემაში დეზინფორმაციის სწრაფად გავრცელება

ა) აუდიტორიის ზედა

ციფრულმა ერამ გამოქვეყნების¹⁷ ბარიერები მოხსნა და "წარმოების ინსტრუმენტები იმ ადამიანებს გადასცა, ვინც ადრე აუდიტორიად იყო ცნობილი"¹⁸ და მათ, ვინც შინაარსის, მათ შორის ინფორმაციის, თანამწარმოებელი გახდა. ამ ფუნქციასა და პრაქტიკას "produsage"-ს ანუ წარმოებისა (production) და მოხმარების (usage) სიმბიოზს უწოდებენ.¹⁹ ვიდრე სოციალური მედიის პლატფორმები მათ წვდომას მკვეთრად გაზრდიდნენ, თავდაპირველად მათ აუდიტორია ელექტრონული ფოსტითა და 'ჩეთ რუმებით' მიიზიდეს.

ბ) სოციალური მედიის განვითარება

მრავალ ქვეყანაში, 2000-იანი წლების ბოლოს, Twitter-ი და Facebook-ი, როგორც სოციალური მედიის საყრდენები, YouTube-ს შეუერთდნენ. ისინი გავლენას როგორც ჟურნალისტურ პრაქტიკასა და პროფესიულ იდენტობაზე (განსაკუთრებით გადამოწმების, აუდიტორიის ჩართულობის და სოციალურ პლატფორმებზე პირადი და საჯარო ინტერესების კონფლიქტების დროს²⁰), ასევე კონტენტის გავრცელებაზე ახდენდნენ. რამდენადაც ინდივიდების მიერ ფორმირებული ქსელები ნდობას ეფუძნება, კონტენტის გავრცელების ტრადიციული მეთოდებისთვის პირდაპირი წვდომა წყაროებზე და მათი გავრცელება (განსაკუთრებით Facebook-ზე) გამოწვევად იქცა.

მომხმარებლები საკუთარ ინფორმაციულ ნაკადს - მათ შორის, საინფორმაციო სააგენტოების, ჟურნალისტებისა და ინფორმაციის სხვა სანდო წყაროების კონტენტს - მედიაციის გარეშე პირდაპირ მართავენ. „ნდობის ქსელების“ (მომხმარებლებისა და მათი ნაცნობების) მეშვეობით ინფორმაციის გავრცელების შედეგად, არასწორი, ყალბი, მავნე და პროპაგანდისტული შინაარსი, რომელიც ინფორმაციადაა შენიღბული, სულ უფრო მეტადაა ხელმისაწვდომი. მკვლევარებმა აღმოაჩინეს, რომ როგორც ემოციურ შინაარსს, ისე მეგობრის ან ოჯახის წევ-

¹⁷ Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O'Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁸ Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*, PressThink blog (June 27th, 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [წვდომა 21/11/2020].

¹⁹ Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. See also: Bruns A (2006) *Collaborative Online News Production*. Peter Lang, New York.

²⁰ Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, September 2009. https://pdfs.semanticscholar.org/a30c/252c3341960c4a813523a217cd0c8adc6254.pdf?_ga=2.106287683.1374316974.1606656019-859232641.1606656019 [წვდომა 21/11/2020].

რის მიერ გაზიარებულს, სოციალურ მედიაში გადაზიდვის უფრო მეტი პოტენციალი აქვს.²¹

მაშინ, როდესაც ჟურნალისტები და საინფორმაციო მედიები ინფორმაციის შეგროვების, აუდიტორიის ჩართულობისა და კონტენტის გავრცელების აუცილებლობიდან გამომდინარე პლატფორმების ნაწილი გახდნენ (მათ იქ ყოფნა სჭირდებათ, სადაც მათი აუდიტორია აქტიურია), ამასთანავე განვითარდა 'ფილტრის ბუშტები'²² თუ 'დახშული სივრცეები'²³ (მაშინაც კი, როცა ისინი არც ისე პერმეტული ან იზოლირებული არიან, როგორც ზოგჯერ ამას ამტკიცებენ). ამან ბევრ ინდივიდუალურ მომხმარებელს ალტერნატიულ შეხედულებებსა და გადამოწმებულ ინფორმაციაზე წვდომა შეუზღუდა. შედეგად 'ინფორმაციულ ქაოსთან' დაკავშირებული რისკები გაიზარდა.

აუდიტორიასთან ქსელურად დაკავშირებული ჟურნალისტების უპირატესობებს შორისაა მრავალფეროვან წყაროებზე წვდომა, ერთობლივი ვერიფიკაციის უზრუნველყოფა²⁴ (სასარგებლოა მცდარი ინფორმაციის შესასწორებლად, დეზინფორმაციისა და მავნე აქტორების გამოსავლენად) და ერთგული აუდიტორიის მოზიდვა (რასაც მედია აქტორებისა და ინფორმაციის მომხმარებელთა პირდაპირი ჩართულობა განაპირობებს).²⁵ ისინი ასევე უზრუნველყოფენ აუდიტორიასთან 'უკუკავშირის' შესაძლებლობას, რათა გაშუქებაში დაშვებული შეცდომის შესწორება მოხდეს, ან ერთობლივ კვლევაში წვლილი შეიტანონ. ქსელურად დაკავშირებული საჯარო სივრცე ასევე ეხმარება ჟურნალისტებს და აუდიტორიას, თვითნებური შეზღუდვები და ცენზურა (მაგ: PR ტექნოლოგიების შრეები) თავიდან აიცილონ, რაც სასარგებლოა ინფორმაციაზე წვდომის გაუმჯობესებისა და ღია საზოგადოებისთვის.

აუდიტორიასთან და ინფორმაციის წყაროებთან სოციალურ ქსელებში ჟურნალისტების ჩართულობა ანგარიშვალდებულების მექანიზმებისთვის შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი, რაც თვითრეგულირების პროცესს ასაზრდოებს. ეს ინტერაქცია საშუალებას აძლევს ჟურნალისტებს, საჯაროდ და სწრაფად მოახდინონ რეაგირება მათი ნამუშევრების ლეგიტიმურ კრიტიკაზე, მყისიერად შეასწორონ შეცდომები და 'კონტენტის მომზადების პროცესის გაცნობით' უფრო გამჭვირვალე გახადონ მათი საქმიანობა.²⁶

უარყოფითი მხარეები მოიცავს:

- ▶ დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის ვირუსულად, ფართოდ გავრცელების ალბათობას, რასაც 'წდობის ქსელები'²⁷ და ემოციური რეაქციები (მაგ. განპირობებული კოგნიტური მიკერძოებით) კიდევ უფრო აძლიერებს. (იხ. მოდული 5)
- ▶ მთავრობებისა და სხვა სააგენტოების უნარს, თავიდან აიცილონ ახალი ამბების მედიის დაკითხვები და გადამოწმების მიზნით, 'პირდაპირ აუდიტორიას მიადგენ'. სულ უფრო მეტი მტკიცებულებაა იმისა, რომ სოციალური მედიის შესაძლებლობებით მანიპულირებას ისინი ცდილობენ, ვისაც არჩევნების შედეგებსა და საჯარო

²¹ Bakir, V. & McStay, A. (2017) *Fake News and the Economy of Emotions* Digital Journalism (Taylor and Francis) July, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [accessed 29/03/2018]. [წვდომა 21/11/2020].

²² შენიშვნა: 'ფილტრის ბუშტი' არის თანამოაზრებით შემოფარგლული სივრცე, რის შედეგადაც ალგორითმები მომხმარებლებს ინდივიდუალიზებულ კონტენტს სთავაზობენ. Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble*. Penguin and Random House, New York

²³ ტერმინი 'დახშული სივრცე' სოციალურ მედიაში თანამოაზრებზე კოგნიტური მიკერძოების გავლენას ასახავს და უფრო დეტალურად მეხუთე მოდულშია განხილული.

²⁴ Garcia de Torres, E. (2017). *The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice*, 11(2-3). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2016.1245110> [წვდომა 21/11/2020].

²⁵ Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience* PBS Mediashift, May 24th, 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [წვდომა 21/11/2020].

²⁶ Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press. ხელმისაწვდომია: Available at <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhpapers>

²⁷ 'წდობის ქსელები' არის ადამიანთა ერთობა (მაგ. ოჯახი ან სამეგობრო), რომელიც ინფორმაციას ონლაინ სივრცეში წდობაზე დამყარებული ურთიერთობების საფუძველზე, მედიაციის გარეშე, პირდაპირ აზიარებს. განმეორებითი კვლევები ცხადყოფს, რომ სოციალური მედიის მომხმარებლები ასეთი 'წდობის ქსელების' მიერ გავრცელებულ ინფორმაციას იმისდა მიუხედავად აზიარებენ, თუ რამდენად სარწმუნოა მათი შინაარსი.

- პოლიტიკაზე²⁸ გავლენის მოხდენა სურს.
- ▶ სენსაციური ინფორმაციის გაზიარების ალბათობა უფრო მაღალია.²⁹
 - ▶ ვირუსულად გავრცელებული დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის მარტივად შესწორების შესაძლებლობის არარსებობა: მიუხედავად იმისა, თუ რამდენი რეპორტაჟი გამოავლენს გავრცელებული მასალის სიცრუეს, გაყალბებულ ინფორმაციას, მაგნე მემეს, ინფორმაციის სახით მოწოდებულ პროპაგანდისტულ ვიდეოს ან არასათანადოდ გადამოწმებულ მცდარ ინფორმაციას, მათი გავლენის სრულად აღმოფხვრა შეუძლებელია.
 - ▶ სოციალურ პლატფორმებზე პირდაპირ გამოქვეყნების შესაძლებლობამ შეიძლება დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის ან საეჭვო წყაროების მასალის გაუაზრებელი გაზიარება განაპირობოს.³⁰
 - ▶ ფართო საზოგადოებაში მედია და ინფორმაციული წიგნიერების და გადამოწმების უნარების დაბალი დონე. ეს ნიშნავს იმას, რომ ხშირ შემთხვევაში, სოციალური მედიის საშუალო მომხმარებლები მასალის გაზიარებამდე არასათანადო ინფორმაციას ფლობენ იმის შესახებ, თუ რამდენად ავთენტურია მასალა.
 - ▶ რისკი იმისა, რომ ზემოთაღწერილი პრობლემების საპასუხოდ, გაუმართლებელი ცენზურითა და აკრძალვებით ქვეყნებმა საფრთხე შეუქმნან გამოხატვის თავისუფლების უფლებას.
 - ▶ 'ფილტრის ბუშტების' განვითარება, რომელიც თეორიულად ადასტურებს კოგნიტურ მიკერძოებასა და ამცირებს წვდომას ხარისხიან, გადამოწმებულ ინფორმაციაზე.
 - ▶ უხარისხო ჟურნალისტური პრაქტიკის რისკი, რაც კიდევ უფრო შეამცირებს აუდიტორიის პატივისცემას პროფესიის მიმართ და საინფორმაციო მედიაზე თავდასხმების საფუძველს მისცემს მათ, ვინც კრიტიკული ხმების ჩახშობას ცდილობს.
 - ▶ აუდიტორიის დაბნეულობის რისკი, თუ რას წარმოადგენს ინფორმაცია და რით განსხვავდება ის დეზინფორმაციისგან, რომელიც ახალ ამბებად არის შენიღბული.³¹
 - ▶ დეზინფორმაციასთან გასამკლავებლად რედაქციების ცუდი მზადყოფნა და სოციალური მედიის სარედაქციო გუნდების არსებობის აუცილებლობა, რომლებიც პრობლემასთან უკეთ გასამკლავებლად განახლებულ სტრატეგიას შეიმუშავებენ.³²

²⁸ Freedom House (2017). *Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy* Freedom House. <https://freedomhouse.org/article/new-report-freedom-net-2017-manipulating-social-media-undermine-democracy> [წვდომა 21/11/2020]. ასევე იხილეთ Cadwalladr, C. (2018). *I made Steve Bannon's Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower*, The Guardian/Observer <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump> [წვდომა 21/11/2020].

²⁹ Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in Journalism Studies (Taylor and Francis) March, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [წვდომა 21/11/2020].

³⁰ Posetti, J. (2009). *Rules of Engagement For Journalists on Twitter* PBS Mediashift, June 19th 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [წვდომა 21/11/2020].

³¹ Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). *"News you don't believe": Audience Perspectives on Fake News* Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RIS), Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-dont-believe-audience-perspectives-fake-news> [წვდომა 21/11/2020].

³² Elizabeth, J. (2017) *After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms*, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [წვდომა 21/11/2020].

გ) პლატფორმების ზრდა

Guardian-ის მთავარი რედაქტორის ქეთრინ უინერის შეფასებით, "რედაქტორების ალგორითმით ჩანაცვლებით, Facebook-ი ისტორიაში ყველაზე მდიდარი და გავლენიანი გამომცემელი გახდა."³³ იმის მიუხედავად, რომ სოციალურ პლატფორმებს "ახალი მცველები"³⁴ უწოდეს, მათ ტრადიციულ საგამომცემლო ზედამხედველობაზე (მათ შორის ვერიფიკაციასა და ექსპერტიზაზე) პასუხისმგებლობის აღება არ სურთ - მიუხედავად გარკვეული შინაარსის ისეთი სახით დაცენზურებაზე მიღებული გადაწყვეტილებებისა, რაც მედიის თავისუფლებას ძირს უთხრის.³⁵ პლატფორმების მცდელობები დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის პრობლემებს გაუმკლავდნენ, სწრაფად ვითარდება, თუმცა მათი წინააღმდეგობა ა) გლობალური მასშტაბით ადეკვატურ რეაგირებაზე; ბ) გამომცემლობის სტილის პასუხისმგებლობის აღებაზე სოციალური და დემოკრატიული გავლენების გამო - ქმნის რისკს, რომ მათ როგორც 'ინფორმაციული ქაოსისა' და ონლაინ შეურაცხყოფის ფაბრიკებს გამოიყენებენ.³⁶

ფეისბუქის ალგორითმის ფუნქცია ახალი ამბებისა და დეზინფორმაციის გავრცელებაში, განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში, ყურადღების ცენტრში 2016³⁷ წლიდან მოექცა, განსაკუთრებით კომპიუტერიზებული პროპაგანდის კონტექსტში, რაც სოციალური მედიის ღია პლატფორმებზე ახდენს გავლენას.³⁸ მიუხედავად თავდაპირველი ვალდებულებებისა და ქმედებებისა, რაც კრიზისის აღმოფხვრის მიზნით, ახალი ამბების ორგანიზაციებთან და აკადემიასთან პარტნიორობით განხორციელდა, მათ შორის სანდო შინაარსის წინ წამოწევისა და ცრუ და შეცდომაში შემყვანი შეტყობინებების მონიშვნის გზით, Facebook-მა 2018³⁹ წლის იანვარში მკვეთრად დაიხია უკან. მოსალოდნელია ღია მედია სისტემებიდან აუდიტორიის უფრო დახურულ მედია სისტემებში გადანაცვლება, რასაც ახალი ამბების გავრცელებასა და ხარისხიანი ჟურნალისტიკის მდგრადობაზე სრულიად ახალი ზემოქმედება ექნება. ასევე არსებობს 'ფილტრის ბუშტების' შექმნისა და დეზინფორმაციის ფართო გავრცელების დამატებითი რისკები.⁴⁰ ამ რისკებს შორისაა, საძიებო სისტემის ალგორითმების საკითხი, როგორცაა მაგალითად Google-ი, რომელმაც 2018 წლის დასაწყისში აღიარა, რომ კოგნიტური მიკერძოების გაძლიერების ტენდენცია იკვეთებოდა. Google-მა განაცხადა, რომ პრობლემის მოგვარებაზე მუშაობდა: "ხშირად გამომცემლები მრავალფეროვან, ლეგიტიმურ მოსაზრებებს გვთავაზობენ და ჩვენ გვსურს, რომ მომხმარებლებს ამ მოსაზრებებზე წვდომა მრავალი წყაროდან მიეცეთ."⁴¹

³³ Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis* The Guardian, November 17th, 2017.

<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [წვდომა 21/11/2020].

³⁴ Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [წვდომა 21/11/2020].

³⁵ Hindustan Times (2016). *Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo*. <https://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwalGZeKlyN.html> [წვდომა 21/11/2020].

³⁶ Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment*, The Conversation, June 29th 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [წვდომა 21/11/2020].

³⁷ Finkel, Casey & Mazur (2018). op cit

³⁸ Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). *Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?* Big Data 5(4) <https://arxiv.org/abs/1706.07624> [წვდომა 21/11/2020].

³⁹ Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L. (2018). *Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come?* NiemanLab. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-newsfeed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [წვდომა 21/11/2020].

⁴⁰ Alaphillipe, A. (2018). *Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News*, The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/18/facebooks-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [წვდომა 21/11/2020].

⁴¹ Hao, K. (2018). *Google is finally admitting it has a filter bubble problem*, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [წვდომა 21/11/2020].

‘ინფორმაციული ქაოსის’ შედეგები ჟურნალისტებისა და ახალი ამბების ინდუსტრიისთვის:

- ▶ ნდობის შემდგომი ეროზია საინფორმაციო ბრენდების, ჟურნალისტიკისა და ინდივიდუალური ჟურნალისტებისადმი, რომლებიც არაზუსტ, გაყალბებულ ან შეცდომაში შემყვან ინფორმაციას აზიარებენ.
- ▶ ხარისხიანი გაშუქების აღრევა დეზინფორმაციასთან და არასათანადოდ მარკირებულ ფასიან ‘ბუნებრივ რეკლამასთან’, რომელიც ინფორმაციას არის მიმსგავსებული, ზოგადი უნდობლობის ატმოსფეროს აღრმავებს.
- ▶ ჟურნალისტიკის ბიზნეს მოდელისთვის შემდგომი სტრესი შეიძლება იყოს ის, რომ კრიზისებისა და კატასტროფების დროს აუდიტორიამ ზურგი აქციოს საინფორმაციო მედიას, იმ რწმენით, რომ მათგან საჯარო ინტერესის შესაბამისს სანდო, გადამოწმებულ ინფორმაციას ვერ მიიღებენ. მდგრადი საინფორმაციო ბიზნეს მოდელისთვის ბრენდის მიმართ ნდობა არსებითია.
- ▶ ჟურნალისტების, როგორც ანგარიშვალდებული აგენტების (მაგ: საგამოძიებო ჟურნალისტიკის გზით) როლის, შესუსტება, ფართო საზოგადოებაზე თანმდევი ეფექტით.
- ▶ შეზღუდვები (ზოგჯერ გამართლებული, ‘ყალბი ამბების’ აღმოფხვრისთვის), რაც ძირს უთხრის პრესისა და გამოხატვის თავისუფლებას, მათ შორის ინტერნეტის ჩახშობის, პლატფორმების დაბლოკვისა და ცენზურის გზით.
- ▶ დეზინფორმატორების მხრიდან ჟურნალისტების (კერძოდ, ქალი ჟურნალისტების) წინააღმდეგ მიზანმიმართული მავნე კამპანიები, რომლებიც კრიტიკული გაშუქების დისკრედიტაციის მიზნით, ონლაინ შევიწროებას მიმართავენ, ასევე მიზანმიმართულად ცდილობენ ჟურნალისტების დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის გავრცელებაში გამოჭერას.⁴²

განვითარებადი ინდუსტრიის პრაქტიკა: როგორ ახდენენ საინფორმაციო საშუალებები ‘ყალბი ამბების’ გაშუქებას და ‘ინფორმაციულ ქაოსთან’ გამკლავებას

ზემოთჩამოთვლილი პრობლემები და რისკები პროფესიონალურ სიფხიზლეს, ეთიკისადმი ერთგულებას, ინფორმაციისა და წყაროების გაშუქებისა და ვერიფიკაციის მაღალ სტანდარტებს (ერთობლივი გადამოწმების მეთოდების ჩათვლით), ასევე დეზინფორმაციის აქტიურ მხილებასა და პრობლემის კრეატიულ გაშუქებას საჭიროებენ.

აქ მოცემულია საინფორმაციო მედიისა და ცალკეული კორესპონდენტების ძალისხმევის ზოგიერთი მაგალითი, რომელიც ინფორმაციულ წიგნიერებას და დეზინფორმაციასთან ბრძოლაში აუდიტორიის ჩართულობას ითვალისწინებს:

Guardian-ი დეზინფორმაციის გავრცელების წინააღმდეგ ბრძოლაში Instagram-ს იყენებს, მოკლე ვიდეო რგოლებით, რომლებიც ახალგაზრდა აუდიტორიის მოსაზიდადაა შექმნილი <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (ასევე იხილეთ: Guardian-ის ინტერაქციული ქვიზი ‘Fake News’ <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)

პროპაგანდისტთა ‘მარიონეტების’ ქსელის გამოვლენის მიზნით, რეპლერის მიერ საგამოძიებო ჟურნალისტიკის და დიდი მონაცემების ანალიზის გამოყენება გავლენას ახდენს დემოკრატიაზე ფილიპინებში <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>

New York Times-ი პრობლემის გაშუქებისას ძლიერ განმარტებით მასალებს იყენებს, რომლებიც მაგალითების მიდგომას ეყრდნობა: <https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>

⁴² დეტალური ანალიზი იხ. მეშვიდე მოდულში

Columbia Journalism Review-ს პრაქტიკის ანალიზი პრობლემის შესახებ https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php

Guardian Australia-ს გზამკვლევი ჟურნალისტებისთვის, კლიმატის ცვლილების უარყოფის პრობლემის შესახებ: <https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>

დებინფორმაციის მხილების მიზნით, იაპონელი ჟურნალისტებისა და აკადემიური სექტორის თანამშრომლობა 2017 წლის ეროვნულ არჩევნებზე, რომელიც ამავე წელს საფრანგეთში განხორციელებულ წარმატებულ სადამკვირვებლო პროექტს CrossCheck-ის პრინციპებს ეფუძნებოდა: <http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>

აშშ-ში Electionland-ი ჟურნალისტების პედაგოგების და სტუდენტების თანამშრომლობის საინტერესო მაგალითს წარმოადგენს: <https://www.propublica.org/electionland>⁴³

Cambridge Analytica-ს სკანდალის გლობალური ჟურნალისტური გამოძიება (The Observer & The Guardian-ის, Channel 4 News-ის და New York Times-ის მონაწილეობით) და ცოდნის გაღრმავების შესაძლებლობა, რომლითაც Vox Media-მ თავის აუდიტორიას ეს კომპლექსური ამბავი აუხსნა: ა. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/17141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> ბ. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>

ინდოეთში WhatsApp-ით გავრცელებული დებინფორმაციის წინააღმდეგ The Quint-ის მიერ აუდიტორიის გამოყენება და აპლიკაციით მათ მიერ გადამოწმებული ინფორმაციის კრეატიული მიწოდება: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>⁴⁴

ტრენერებმა, სასურველია, მონაწილეთა რეგიონებისა და ენის სპეციფიკიდან გამომდინარე მაგალითები თავად დაამატონ.

'ყალბი ამბების' ეპოქაში ეთიკური ჟურნალისტის პრაქტიკის გაღრმავებისთვის პროფესორ ჩარლი ბეკეტის სტრატეგიებიც ასევე ღირებულია. მისი თქმით, ჟურნალისტებმა უნდა შეძლონ:

- ▶ დაკავშირება - იყოს ხელმისაწვდომი და წარმოდგენილი ყველა პლატფორმაზე,⁴⁵
- ▶ კურიერება - დაეხმაროს მომხმარებლებს, ნებისმიერ სივრცეში კარგი კონტენტი იპოვოს.
- ▶ რელევანტურობა - მომხმარებლისთვის გასაგები ენის გამოყენება და შემოქმედებითად 'მოსმენა'.
- ▶ ექსპერტობა - შესძინეთ ღირებულება, კონტექსტი, გამოცდილება.
- ▶ სამართლიანობა - ფაქტების გადამოწმება, ბალანსი, სიზუსტე.
- ▶ ჰუმანურობა - აჩვენეთ თანაგრძნობა, მრავალფეროვნება, იყავით კონსტრუქციული.

⁴³ რედაქტორის შენიშვნა: CrossCheck-ი და Electionland-ი არჩევნების დროს თანამშრომლობის გზით დებინფორმაციასთან ბრძოლის ახალი ინიციატივებია. ასეთი პარტნიორობა შესაძლოა ღირებული იყოს დამკვიდრებული ფაქტჩეკერი ორგანიზაციების იზოლაციის ან სისუსტეების დასაძლევად.

⁴⁴ შენიშვნა: მკვლევარებისთვის, რომლებიც დებინფორმაციის გავრცელების პროცესში chat აპლიკაციების როლს სწავლობენ, იხ: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

⁴⁵ შენიშვნა: რედაქტორები აღიარებენ, რომ შეუძლებელია ჟურნალისტები ინდივიდუალურად ყველა პლატფორმაზე იყვნენ. თუმცა, რედაქციებისთვის შესაძლოა სასარგებლო იყოს, გამოიყონ ინდივიდუალური ჟურნალისტები განვითარებადი და ნაკლები გავლენის მქონე პლატფორმებისთვის, მაღალი პროფილის მქონე ტვიტერთან, ფეისბუქთან და ინსტაგრამთან ერთად.

- ▶ გამჭვირვალობა - აჩვენეთ წყაროები, იყავით ანგარიშვალდებული, დაუშვით კრიტიკა⁴⁶.



მოდულის მიზნები

- ▶ მისცეს მონაწილეებს ცოდნა, გაიაზრონ, ერთი მხრივ, საინფორმაციო ინდუსტრიის შესუსტების სტრუქტურული მიზეზები, მეორე მხრივ, დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის წინააღმდეგ.
- ▶ მისცეს მონაწილეებს 'ინფორმაციული ქაოსის' ფენომენზე საინფორმაციო ინდუსტრიის რეაგირების კრიტიკული ანალიზის უნარი.
- ▶ მონაწილეებმა შეძლონ, გააცნობიერონ და კრიტიკულად შეაფასონ პლატფორმების როლი დეზინფორმაციის კრიზისის განვითარებაში.
- ▶ შეისწავლონ კრიზისზე ეფექტიანად რეაგირების კარგი ჟურნალისტური პრაქტიკა.



სწავლების შედეგები

მოდულის დასასრულს, მონაწილეებმა უნდა შეძლონ:

1. კრიტიკულად შეაფასონ ახალი ამბების მედიის მიერ მცდარი ინფორმაციის გაშუქების და გავრცელების სტრუქტურული მიზეზები და ფართო შედეგები.
2. გაიაზრონ და კრიტიკულად შეაფასონ ტექნოლოგიის და 'ახალი მცველის' (იგივე პლატფორმების) როლი ინფორმაციად შენიღბული დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ვირუსულად გავრცელებაში.
3. მოახდინონ საინფორმაციო ინდუსტრიაში საუკეთესო პრაქტიკის იდენტიფიცირება დეზინფორმაციის გამოვლენისა და მის წინააღმდეგ ბრძოლის თვალსაზრისით.



მოდულის ფოხმაგი

ეს მოდული შექმნილია პირისპირ ან ონლაინ ჩატარებისთვის. იგი ორ ნაწილად, თეორიულ და პრაქტიკულ მეცადინეობად არის დაყოფილი.

გეგმის დაკავშირება სწავლის შედეგებთან

ა. თეორიული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
<p>ინტერაქციული ლექცია და კითხვა-პასუხის სესია, ტრადიციულად ან ვებინარის პლატფორმაზე დისტანციური მონაწილეობის გზით ხორციელდება.</p> <p>ლექციისთვის შესაძლებელია ზემოთმოყვანილი თეორიის და მაგალითების გამოყენება.</p> <p>თუმცა, სასურველია, მოდულის წარდგენისას, ლექტორებმა კულტურულად/ადგილობრივად რელევანტური მაგალითები გამოიყენონ.</p>	60 - 90 წუთი	1, 2, 3

⁴⁶ Beckett, C. (2017). op cit

<p>სწავლის შედეგი განსაკუთრებით ეფექტიანი იქნება, თუ ლექცია პანელური საექსპერტო დისკუსიის ფორმატით ჩატარდება, რომელშიც ჟურნალისტები, რედაქტორები და პლატფორმების წარმომადგენლები მიიღებენ მონაწილეობას, დისკუსიის მოდერირებას კი ლექტორი ან ინსტრუქტორი მოახდენს და კითხვა-პასუხის ფორმატში მონაწილეთა ჩართულობას უზრუნველყოფს.</p>		
---	--	--

ბ. პრაქტიკული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
<p>სემინარი/ გაკვეთილი, რომელიც შესაძლებელია ტრადიციული საკლასო ოთახის გარემოში, ან ელექტრონული სასწავლო პლატფორმის გამოყენებით ჩატარდეს, როგორიცაა Moodle, Facebook groups და სხვა საშუალებები, რომლებიც დისტანციურ ონლაინ სწავლებას უზრუნველყოფენ. სემინარი/ გაკვეთილი შესაძლებელია ჩატარდეს შემდეგი ფორმატით:</p> <p>კლასი დაიყოფა 3-5 მონაწილისგან შემდგარ პატარა ჯგუფებად. თითოეულმა ჯგუფმა:</p> <p>i. უნდა მიიღოს მედია გაშუქების ან მცდარი ინფორმაციის და დეზინფორმაციის გაუცნობიერებლად გაზიარების მაგალითი.</p> <p>ii. ერთობლივად შეაფასოს მასალა, დაადგინოს ინფორმაციის წარმომავლობა და მცდარი გაშუქების კონტექსტი (მაგ: იყო ეს საგანგებო ახალი ამბავი?); განიხილოს ინციდენტის შესაძლო მიზეზები (ყურადღება გაამახვილოს სტრუქტურულ ფაქტორებზე, როგორიცაა რედაქციის შემცირება და სოციალური მედია პლატფორმების როლი); განიხილოს დეზინფორმაციით შეცდომაში შეყვანის პირადი გამოცდილება.</p>	90 - 120 წუთი	1, 2, 3, 4
<p>iii. ერთობლივად დაწერონ 250-სიტყვიანი შემაჯამებელი ანალიზი, თუ რამ განაპირობა მასალის გამოქვეყნება, მიუთითონ სამი რამ, რაც ჟურნალისტს/ჟურნალისტებს ან მედია ორგანიზაციას განსხვავებულად შეეძლო გაეკეთებინა მცდარი ინფორმაციის გამოქვეყნების თავიდან ასარიდებლად. ეს შეიძლება გააკეთონ Google Docs-ში ან იდენტურ ფორმატში, რომელიც ერთობლივი რედაქტირების შესაძლებლობას იძლევა და ლექტორს/ინსტრუქტორს განხილვისთვის ჩააბარონ.</p>		



შემოთავაზებული ღვაწი

მაგალითების ანგარიში (2000 სიტყვა). მოახდინეთ სამი საქმის იდენტიფიცირება (მათ შორის ერთი შენი ქვეყნის/რეგიონის), რომელიც საინფორმაციო მედიის მიერ დეზინფორმაციის გავრცელებას, ან მის გამოძიებას შეეხება. მოახდინეთ თითოეული მაგალითის დეკონსტრუქცია (განიხილეთ მცდარი ინფორმაციის/დეზინფორმაციის გამოქვეყნების მიზეზები და შედეგები) და გამოიტანეთ დასკვნები თითოეული მაგალითიდან (შენიშვნა: მონაწილეებმა უნდა აირჩიონ ახალი მაგალითები - არა ისინი, რომლებიც ამ მოდულის სემინარებისთვის სადისკუსიოდ არის მოცემული).



საკითხავი მასალა

Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions in Digital*

Journalism (Taylor and Francis). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [წვდომა 21/11/2020].

Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism, March 29th, 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [წვდომა 21/11/2020].

Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). <https://wan-ifra.org/2016/06/trends-in-newsrooms-2016-step-up-to-the-next-level-of-journalism/> [წვდომა 21/11/2020].

Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in *Journalism Studies* (Taylor and Francis). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?journalCode=rjos20> [წვდომა 21/11/2020].

Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [წვდომა 21/11/2020].

McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it*. The New Press, New York.

Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. <https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [წვდომა 21/11/2020].

Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N.

Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp.

88-100): Oxford University Press, Melbourne. <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [წვდომა 21/11/2020].

Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics*

of Social Media Verification in Posetti (Ed) *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [წვდომა 21/11/2020].

Posetti, J. (2014). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris). <https://wan-ifra.org/2014/07/trends-in-newsrooms-3-back-to-basics-with-social-media-verification/> [წვდომა 21/11/2020].

RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [წვდომა 21/11/2020].

Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [წვდომა 21/11/2020].

Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation* <https://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview>

UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [წვდომა 21/11/2020].

დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის წინააღმდეგ ბრძოლა მედია და ინფორმაციული წიგნიერების (MIL) მეშვეობით

მაგდა აბუ-ფადიდი

მოდული 4



სინოფსისი

ეს მოდული სტუდენტებს მედია და ინფორმაციული წიგნიერების (MIL)¹

კონცეფციას გააცნობს, რათა მკაფიო და ქვეცნობიერ გზავნილებში მათ ინფორმაცია, როგორც 'ინფორმაციული ქაოსის' იდენტიფიცირების საშუალებად აღიქვან. მედია და ინფორმაციული წიგნიერება არის ქოლგა კონცეფცია, რომელსაც UNESCO ზოგადად ინფორმაციასთან, კონკრეტულად კი მედიასთან მიმართებით კომპეტენციების ურთიერთდამოკიდებულების ხაზგასასმელად იყენებს. ეს მოიცავს ადამიანის უფლებებზე წიგნიერებას (განსაკუთრებით გამოხატვის თავისუფლების უფლებას, როგორც ინდივიდუალურ უფლებას ეძიოს, მიიღოს და გაავრცელოს ინფორმაცია და მოსაზრებები); ინფორმაციულ წიგნიერებას (მათ შორის, წიგნიერება ჟურნალისტური სტანდარტებისა და ეთიკის შესახებ); სარეკლამო წიგნიერებას; კომპიუტერულ წიგნიერებას; 'ყურადღების ეკონომიკის' გააზრებას; კულტურათაშორის წიგნიერებას; პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის შესახებ წიგნიერებას და ა.შ.. იგი მოიცავს იმის გააზრებას, თუ როგორია კომუნიკაციების ინტერაქცია ინდივიდუალურ იდენტობასა და სოციალურ განვითარებას შორის. მედია და ინფორმაციული წიგნიერება სულ უფრო მეტად ხდება აუცილებელი სასიცოცხლო უნარი, რომელიც საჭიროა იმის გასააზრებლად, თუ რა აყალიბებს პიროვნების იდენტობას და როგორ შეიძლება ინფორმაციულ ბურუსში ნავიგაცია ისე, რომ მასში დაფარულ ნაღმებს გვერდი ავუაროთ. მედია და ინფორმაციული წიგნიერების მეშვეობით ვიგებთ, თუ როგორ მოვიხმართ, ვაწარმოებთ, აღმოვაჩენთ, ვაფასებთ და ვაზიარებთ ინფორმაციას, ასევე ის გვეხმარება გავიაზროთ ჩვენი და სხვების ადგილი ინფორმაციულ საზოგადოებაში.

საინფორმაციო წიგნიერება უფრო სპეციფიური კომპეტენციაა, ახალი ამბების, როგორც ჟანრის ენის და არსის გასაგებად და იმ მახასიათებლების ამოსაცნობად, რომელთა გამოყენება ბოროტი განხილავით ხდება. თუმცა, რაოდენ მნიშვნელოვანიც არ უნდა იყოს, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ამან თავისთავად უზრუნველყოს ინფორმაციად შენიღბული დეზინფორმაციის მიმართ სრული მედეგობა. ეს იმიტომ ხდება, რომ ადამიანები კომუნიკაციაში არა მხოლოდ გონებით, არამედ ემოციითაც ერთვებიან. ამრიგად, მედია და ინფორმაციულმა წიგნიერებამ ასევე უნდა აამაღლოს ინდივიდების ცნობიერება იმის შესახებ, თუ როგორ რეაგირებენ ადამიანები ახალი ამბების შინაარსზე, როგორია მათი წინასწარგანწყობა, ენდონ თუ არ ენდონ ინფორმაციას იმისდა მიუხედავად, თუ რას მიანიშნებს თავად ეს ჟანრი.

ამრიგად, მედია და ინფორმაციულმა წიგნიერებამ ინდივიდებს საკუთარი იდენტობის შეცნობის შესაძლებლობა - ვინ არიან, რად გარდაიქმნებიან და რა გავლენას ახდენს ეს ახალ ამბებსა და სხვა სახის კომუნიკაციაში მათ ჩართულობაზე - საწყის ეტაპზე უნდა მისცეს. ეს მოდული მიზნად ისახავს დაეხმაროს მონაწილეებს, ამოიცნონ და ერთმანეთისგან განასხვავონ, ერთი მხრივ, ჟურნალისტიკა და მეორეს მხრივ, ინფორმაცია, რომელიც ჟურნალისტიკად არის შენიღბული. ეს შესაძლებლობას აძლევს ინდივიდებს, საკუთარი იდენტობა თავადვე შეაფასონ, მანიპულირებისას ინფორმაციად შენიღბული დეზინფორმაციის იდენტიფიცირება მოახდინონ და მის მიმართ რეზისტენტულობა გამოავლინონ.

მონაწილეები ისწავლიან, თუ როგორ უნდა განავითარონ და გამოიყენონ კრიტიკული აზროვნების უნარების ჩარჩო - "გამიზნული გაცნობიერებული განხილვა"², რომელიც მოიცავს ისეთ ელემენტებს, როგორიცაა ანალიზი, ინტერპრეტაცია, შეფასება, თვითრეგულირება, დასკვნა და განმარტება.

მონაწილეები ბეჭდვით, სამაუწყებლო (რადიო და ტელევიზია), ონლაინ და სოციალურ მედიაში ახალი ამბების ანალიზის სხვადასხვა საფეხურს გაივლიან, გზავნილების დეკონსტრუირებას

¹ <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [წვდომა 21/11/2020].

² Facione, P. (2010, updated). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. ხელმისაწვდომია: <https://www.insightassessment.com/> [წვდომა 21/11/2020].

მოახდენენ, ასევე წყაროებსა და მათ სანდოობას (ან მათი ნაკლებობას) შეისწავლიან.

ისინი გაიგებენ, რომ ავთენტური ახალი ამბები მეცნიერება არ არის, მაგრამ თხრობას ეფუძნება, რომელიც მიუხედავად მრავალფეროვნებისა, როგორც წესი, იცავს პროფესიულ სტანდარტებს და ეთიკას, რაც შეცდომების შემცირებას და შესაბამისად გაყალბების თავიდან აცილებას უწყობს ხელს. ჟურნალისტებმა სხვადასხვა სუბიექტების სიცრუე უნდა გამოავლინონ; მათ არ უნდა მიიღონ ბრალდებები, როგორც დადასტურებული ფაქტი და ისინი აუდიტორიას არც შესაბამისი კვალიფიკაციის გარეშე წარუდგინონ, რაც მათ რეალურ ვითარებაში გარკვევაში დაეხმარება.

ამ მოდულში, სტუდენტები ასევე შეისწავლიან რამდენად სწრაფი და მარტივია არასრული, შეცდომაში შემყვანი ან გამოგონილი დეტალებისგან გაცვეთილი საგაზეთო/ჟურნალისტური ენის გამოყენებით ერთი შეხედვით სანდო და დამაჯერებელი მასალის მომზადება.³

ამ მოდულის სასწავლო მასალები მცდარ ინფორმაციისთან და დეზინფორმაციასთან გამკლავების მიზნით მედია და ინფორმაციული წიგნიერების მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებაზეა ფოკუსირებული. ეს მოიცავს გაყალბებული ინფორმაციის იდენტიფიცირებისთვის კრიტიკული აზროვნების უნარების გამოყენებას. მოდული ასევე ყურადღებას ამახვილებს ყოველდღიურ ცხოვრებაში მედია და ინფორმაციული წიგნიერების კომპეტენციების გამოყენების მნიშვნელობაზე და ეხმარება მონაწილეებს დაინახონ, თუ როგორ შეუძლია მედია და ინფორმაციული წიგნიერება უზრუნველყოს მათი და სხვათა უფლებების დაცვა; და რამდენად მნიშვნელოვანია არასანდო ინფორმაციის გავრცელების თავიდან აცილება.⁴

სწავლება კომპიუტერებით აღჭურვილ, ინტერნეტით დაკავშირებულ სასწავლო სივრცეში ტარდება. მონაწილეებს შეუძლიათ გაცვეთილის პრაქტიკული ნაწილის დროს თავიანთი პერსონალური მობილური მოწყობილობები, ონლაინ ჩატ პროგრამები, გამოიყენონ. ინტერნეტი საჭიროა იმისათვის, რომ კამპუსის გარეთ არსებული ონლაინ წყაროებით ისარგებლონ, ხოლო ინტრანეტით (სადაც ეს მოდული გვთავაზობს მესამე დონეს) დაუკავშირდნენ ბიბლიოთეკას და კამპუსში არსებულ ნებისმიერ სხვა სპეციალურ რესურსს.



მონახაზი

დეზინფორმაცია, რომელიც შენიღბულია როგორც ინფორმაცია და აშშ-ს, საფრანგეთის, კენიისა და გერმანიის 2016 და 2017 წლების არჩევნების დროს იჩინა თავი, საზოგადოების წინაშე არსებული ბევრი ინფორმაციული გამოწვევის მხოლოდ აისბერგის წვერია - თუმცა, ალბათ, პრობლემების დიდი პოტენციალით. წარმოიდგინეთ, რომ ტელევიზიები და სოციალური მედიის მომხმარებლები მთელი მსოფლიოს მასშტაბით რეალურ დროში თვალს ადევნებდნენ 2017 წელს სასწაულს მექსიკაში, როდესაც მაშველები შეეცადნენ, გაეთავისუფლებინათ სკოლის მოსწავლე #FridaSofia, რომელიც მიწისძვრის შედეგად ნანგრევებში მოჰყვა და მხოლოდ ის აღმოაჩინეს, რომ გოგონა არ არსებობდა⁵. სიუჟეტი ყალბი იყო, თუმცა სავარაუდოდ არა გამიზნულად გაყალბებული. ამისდა მიუხედავად, ჟურნალისტებმა თავიდან უნდა აიცილონ ორივე - შეცდომა და გაყალბება. ინფორმაციაში ყველა სიცრუე დეზინფორმაციის გაგებით 'ყალბი ამბავი' არ არის, მაგრამ საზოგადოებისთვის ორივე პრობლემურია. ახალი ამბების მომხმარებლებს ზოგადად სჭირდებათ, როგორც საფუძვლიანი მედია და ინფორმაციული წიგნიერება,

³ მაგალითად, გაცვეთილი საგაზეთო/ჟურნალისტური ენისთვის იხ.: *Fluent in Journalese* by Philip B. Corbett. March 17, 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/17/fluent-in-journalese/>; My 'shameful secret': I've learnt to love clichéd journalese by Rob Hutton. 05 Sep 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-ive-learned-to-love-cliched-journalese.html> [წვდომა 21/11/2020].

⁴ ჟურნალისტურ განთლებებში მედია და ინფორმაციული წიგნიერების ინტერგრირება მაგალითად, ვან დერ ლინდე შეისწავლა. 2010. Van der Linde, F. 2010. The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula. *Global Media Journal, African Edition*. Vol 4, no.2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>

⁵ Campoy, A. (2017). *A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist*. Quartz. ხელმისაწვდომია: <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [წვდომა 21/11/2020].

ასევე საკითხის ფილოსოფიური გააზრებაც. მაგალითად, მათ უნდა გააცნობიერონ, რომ ავტენტური ახალი ამბები არ წარმოადგენს სრულ „ჭეშმარიტებას“ (რაც ადამიანების ინტერაქციასა და დროთა განმავლობაში რეალობასთან მხოლოდ მიახლოებულია). მონაწილეებმა და განსაკუთრებით ჟურნალისტიკის სტუდენტებმა უნდა გააცნობიერონ, რომ ჟურნალისტიკამ არასოდეს უნდა შეუწყოს ხელი სიყალბის დამკვიდრებას. ქარიშხლისა და ბუნებრივი კატასტროფების სხვა გვერდითი ეფექტების შემდეგ მედიის მიერ ვეშაპებისა და ზვიგენების დათვალიერების გაშუქება ბადებს კითხვას: მართლა? ინფორმაცია, რომელიც ვერ უზრუნველყოფს გადამოწმებული ფაქტებისადმი პატივისცემას, შეიძლება დაუდევარი გაშუქების და არასათანადო საგანმომცემლო პროცესის შედეგი იყოს, მაგრამ ასევე შეიძლება განპირობებული იყოს მოტყუების განზრახვით და ამდენად, თაღლითურიც იყოს. მედია და ინფორმაციული წიგნიერება საჭიროა განსხვავების დასადგენად და პროფესიულ და ეთიკურ ინფორმაციასთან შესადარებლად.

წინ გრძელი გზაა გასავლელი. სიძულვილის ენის, ქსენოფობიის ზრდა და თავდასხმები ლტოლვილებზე ან “სხვა” რელიგიის, ეთნოსის და კანის ფერის ადამიანებზე, რაც გაყალბებულ სტატისტიკაზე ნასაზრდოებ სტერეოტიპებს ემყარება, პოპულისტური რიტორიკა და შეცდომაში შემყვანი მედია გაშუქება, რომელიც ჟურნალისტურ სტანდარტებს ვერ აკმაყოფილებს - ავსებს იმ ტოქსიკურ ნაზავს, რომელსაც მედია და ინფორმაციული წიგნიერება უნდა ებრძოდეს. ვითარება კიდევ უფრო გართულებდა, რამდენადაც კომპიუტერული პროგრამები ხელოვნური ინტელექტის (AI) გამოყენებით ყალბ ვიდეო და/ან აუდიო რეპორტაჟებში ადამიანების სიმულაციებს ქმნიან, რასაც სიმართლესთან საერთო არა აქვს.⁶

გაითვალისწინეთ საჭიროება, სტუდენტებსა და პრაქტიკოს ჟურნალისტებს მოსმენილისა და ნანახის კრიტიკული გააზრებისკენ უბიძგოთ, ყველაზე მარტივი საუბრით დაწყებული და ტრადიციულ და ციფრულ მულტიმედიაში გავრცელებული სიახლეებით დამთავრებული.

უორდლი და დერეიქშენის მიერ (2017)⁷ გამოვლენილი დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის ტიპების გარდა, ბრიუსელში დაფუძნებულმა, არაკომერციულმა ორგანიზაციამ ევროპულმა ასოციაციამ მაყურებელთა ინტერესებისთვის (EAVI) მოქალაქეებისთვის მედია წიგნიერების პროგრამის ფარგლებში, შექმნა მოსახერხებელი ინფოგრაფიკა, სახელწოდებით “ყალბი ამბების მიღმა: შეცდომაში შემყვანი ახალი ამბების ათი სახეობა”, რომელიც იმ პრობლემებს აჯამებს, რასაც მომხმარებლები დღესდღეობით აწყდებიან.⁸ ის ჟურნალისტიკის სტუდენტებისა და პრაქტიკოსებისთვის ღირებული რესურსია.

პიტერ ა. ფაციონეს განახლებული კვლევითი ნაშრომი “კრიტიკული აზროვნება: რა არის ის და რატომ არის მნიშვნელოვანი”⁹ კარგი საწყისი რესურსია სტუდენტებისთვის, რათა “მსჯელობის, გადაწყვეტილების მიღებისა და ინდივიდუალური და ჯგუფური აზროვნების ეფექტიან პროცესებს” გაეცნონ. ეს ყველაფერი უფრო აქტუალურია ‘პოსტ-სიმართლის’, ‘ყალბი ამბებისა’ და ‘ალტერნატიული ფაქტების’ ხანაში. ამ მიდგომისას, კრიტიკული აზროვნება მოიცავს შემდეგს:

- ▶ ინტერესი საკითხების ფართო სპექტრის მიმართ,
- ▶ ინტერესი, რომ იყო კარგად ინფორმირებული,
- ▶ სიფხიზლე კრიტიკული აზროვნების გამოყენების შესაძლებლობების მიმართ,
- ▶ ნდობა დასაბუთებული მოკვლევის პროცესისადმი,
- ▶ თავდაჯერებულობა საკუთარი მსჯელობის უნარში,
- ▶ გონებაგახსნილობა განსხვავებული მსოფლმხედველობების მიმართ,

⁶ Edmund, C. (2017). *This AI can create a video of Barack Obama saying anything*. [online] World Economic Forum. ხელმისაწვდომია: <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?>

⁷ იხ. მოდული ორი

⁸ EAVI. (2018). EAVI.eu. [online] ხელმისაწვდომია: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>

⁹ Facione, P. (2010, updated). Ibid. *Critical Thinking*.

- ▶ მოქნილობა ალტერნატივებისა და განსხვავებული მოსაზრებების განხილვაში,
- ▶ სხვა ადამიანების მოსაზრებების გაგება,
- ▶ სამართლიანი აზროვნება მსჯელობის შეფასებისას,
- ▶ აღიარება და სამართლიანობა საკუთარი მიკერძოების, ცრურწმენების, სტერეოტიპების ან ეგოცენტრული მიდრეკილებების მიმართ,
- ▶ წინდახედულობა განაჩენის შეცვლის, მიღების ან შეჩერებისას,
- ▶ შეხედულებების გადახედვისა და გადასინჯვის მზაობა, სადაც გულწრფელი გააზრება ამ ცვლილების მიზანშეწონილობას გვკარნახობს.

სხვადასხვა კვლევის თანახმად, მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში ახალგაზრდების მიერ მობილური მოწყობილობების მოხმარება¹⁰ იმის მანიწინებელია, რომ ისინი ინფორმაციის მეტ წილს თავიანთი მოწყობილობებიდან ჩეთის აპლიკაციებით (apps), სოციალური მედიითა და, ზოგჯერ, ტრადიციული მედიის ვებ-გვერდებით და ბლოგებით იღებენ.¹¹¹²¹³ ბევრ ასეთ მოწყობილობაზე თითქმის არ არის იმის მონიშვნის საშუალება, თუ რა არის რეპუტაციული ჟურნალისტიკა და რა სამოყვარულო რეპორტაჟი, რომ აღარაფერი ვთქვათ იმაზე, თუ რა არის დეზინფორმაცია.

სხვა საკითხია, თუ როგორ ექცევიან პლატფორმები სიახლეებს. დღესდღეობით ყველაზე დიდი სოციალური პლატფორმა Facebook-ისთვის... ჟურნალისტიკა პირველივე დღიდან თავის ტკივილია. დღესდღეობით, ყალბი სიახლეებისა და ცუდი პიარის გადაუწყვეტელ პრობლემებში ჩადირვის გამო, აშკარაა, რომ Facebook-ი თანდათანობით შეწყვეტს ახალი ამბების გავრცელებას, ამტკიცებს ფრედერიკ ფილუქსი.¹⁴ როგორ განვითარდება მოვლენები, მომავალი გვიჩვენებს. ზოგი საინფორმაციო ორგანიზაცია თავს მოტყუებულად იგრძნობს, თუკი ეს განხორციელდება, და ამბობენ, რომ მათი აუდიტორია შეიცვლება, რადგან Facebook-ი იმ მომხმარებლების არხია, რომლებიც ინფორმაციის მისაღებად სოციალურ მედია პლატფორმაზე არიან დამოკიდებული.¹⁵ მაგრამ მედია და ინფორმაციული წიგნიერების ზოგიერთი მომხრე იმედოვნებს, რომ ამგვარი ნაბიჯი ახალგაზრდა მომხმარებლების ჰორიზონტის გაფართოებას შეუწყობს ხელს, იმის ძიებაში, თუ რა ხდება მათ გარშემო სამყაროში და მთლიანად არ მიენდობიან მხოლოდ სოციალურ მედიას, სადაც ინფორმაცია დაბინძურებულია და მუდმივად დამოკიდებულია მოწყობილობებზე. ამავდროულად, არსებობს ნიშნები, რომ შესაძლოა, Facebook-მა თავად დაიწყო ინფორმაციის წარმოება და კონკურენცია გაუწიოს არსებულ მედია აქტორებს.¹⁶

მედია და ინფორმაციული წიგნიერების მეშვეობით მონაწილეებს შეუძლიათ ისწვლონ, რომ ავთენტური სიახლის შექმნა და მოხმარებაც ყოველთვის ფართო თხრობის ჩარჩოს შემადგენელია, რაც ფაქტებს მნიშვნელობას ანიჭებს და ფართო დაშვებებს, იდეოლოგიებს და იდენტობას მოიცავს. ეს, ერთი მხრივ, მრავალფეროვან ჟურნალისტურ მცდელობებში რეალობის აღქმისა და ინტერპრეტაციის ერთმანეთისგან გამიჯვნის და მეორეს მხრივ, ტყუილების იდე-ნტიფიცირების უნარს ნიშნავს, რომლებიც პროფესიული სტანდარტების დარღვევითა და სიახლეების ფორმატივითაა მოწოდებული.

¹⁰ *Children's use of mobile phones*. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Docomo. ხელმისაწვდომია: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

¹¹ *Digital News Report* (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ), Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

¹² Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). *News Use Across Social Media Platforms*. [ebook] Washington DC: Pew Research Centre. ხელმისაწვდომია: <http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

¹³ *Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot* (2017) Social Media Exchange. ხელმისაწვდომია: <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

¹⁴ Filloux, F. (2018). *The Monday Note*, 14 January, 2018. Available at: <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>

¹⁵ იხ. მოდული სამი

¹⁶ Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

მედია და ინფორმაციული წიგნიერება ასევე შეიძლება იყოს სტერეოტიპებთან ბრძოლის და კულტურათაშორისი კომუნიკაციის ინსტრუმენტი, სადაც მულტილინგვიზმი მნიშვნელოვანი ფაქტორია მიზნის მისაღწევად. მედია და ინფორმაციულ წიგნიერებას არაერთმა აქტორმა შეუწყო ხელი და კარგი რესურსების მოძიება იუნესკოს ვებ-გვერდზეა შესაძლებელი.¹⁷ მაგრამ ჯერ კიდევ ბევრი რამაა გასაკეთებელი სასწავლო პროგრამების საშუალებით და ასევე პრაქტიკაში დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციის ნაკადის შესამცირებლად.¹⁸

ამ მოდულის გავლენის ზრდისთვის, შეიძლება გამოყენებული იყოს ვიდეო გამოსახულების ფართოდ გავრცელების შესაძლებლობა, რომელიც მონაწილეთა ჩართულობით მოკლე, ტიტრებიან ვიდეო რგოლებს¹⁹, როგორც მედია და ინფორმაციული წიგნიერების არაფორმალური განათლების ფორმას ეყრდნობა, რათა ცრუ გზავნილები გააჟღეროს, მონაწილეებს კი საკუთარი გამოცდილებიდან შეცდომაში შემყვანი მაგალითების გახსენებისკენ მოუწოდოს; ასევე განუვითაროს ჩვევა, რათა ნებისმიერი შინაარსი, მათ შორის, ინფორმაციად შენიღბული, სკეპტიკურად განიხილოს.

ინსტრუქტორები ასევე უნდა დაეხმარონ მონაწილეებს, Google-ის მეშვეობით ინფორმაციის მეტწილად ზედაპირულად ძიების ჩვევას გადახედონ, რათა მოკვლევასთან და შეფასებასთან დაკავშირებული წიგნიერების უნარები შემდეგი გზებით განავითარონ: სიღრმისეული ძიება, მათ შორის გაფართოებული ძიების ფუნქციის გამოყენებით, ინფორმაციის წყაროების ჯვარედინად გადამოწმება და ბიბლიოთეკისა და ბიბლიოთეკარების როლის გაცნობიერება.²⁰ ელექტრონულმა ბიბლიოთეკებმა გაამარტივა წვდომა მეცნიერულ და სხვა წყაროებზე, რომლებიც სტუდენტებმა და პრაქტიკოსმა ჟურნალისტებმა ინფორმაციის კრიტიკული შეფასებისა და გადამოწმების პროცესში ცოდნის გაღრმავებისთვის შეიძლება გამოიყენონ. სწავლების პროცესში მონაწილეებს სხვა რესურსებიც დაეხმარება, ჩაერთონ ცრუ ინფორმაციასთან ბრძოლაში, თავი დაიცვან ნეგატიური გავლენისგან და მზად იყვნენ, ჟურნალისტური საქმიანობის ფარგლებში დეზინფორმაცია გამოავლინონ.²¹

სამოქალაქო ჩართულობა სოციალური მედიის მომხმარებლებთან, რომლებიც იღებენ და ავრცელებენ დეზინფორმაციასა და მცდარ ინფორმაციას, ასევე მნიშვნელოვანი მეთოდია ჟურნალისტებისა და ჟურნალისტიკის სტუდენტებისთვის, რათა ისწავლონ, თუ როგორ მოიძონ, მიაკვლიონ და ეფექტიანად უარყონ სიცრუე როგორც თავად, ასევე საკუთარ თემშიც. ინსტრუქტორებს შეუძლიათ, ამ მოდულისთვის სავარჯიშოები მოიფიქრონ.

ამ მოდულის მნიშვნელობის გასაგებად, ნოტრ-დამის უნივერსიტეტის წამყვანი მედია ლექტორის და მკვლევარის, როუბა ელ ჰელოუს სიტყვებიც გამოდგება: “ადამიანების აღჭურვა უნარებით, რომლებიც სხვადასხვა გზავნილების დეკოდირებისთვისაა საჭირო, არის მიმდინარე ბრძოლის პროცესი, რომელსაც მედია განმანათლებლები და ჟურნალისტებიც უნდა შემოუერთდნენ. მედია წიგნიერება ეხმარება ხალხს, იპოვოს ბალანსი ინფორმაციის წყაროების მიმართ ნდობასა და ზომიერ სკეპტიციზმს შორის, რაც მათ კრიტიკულ გააზრებას გულისხმობს.”

¹⁷ იხ. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁸ Abu-Fadil, M. (2007). *Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding*. Available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁹ აქ არის Vice Media-ის ვიდეო მაგალითი, რომელიც კარგად აჩვენებს საინფორმაციო მედია წიგნიერების ღირებულებას ამერიკის სკოლებში მასობრივ სროლებთან კავშირში: გავრცელებული კონსპირაციების თანახმად, ამ ინციდენტის მსხვერპლები კრიზისული სიტუაციებისთვის დაქირავებული იმიტატორი მსახიობები იყვნენ. Vice Select-ი Facebook-ზე. <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [წვდომა 21/11/2020].

²⁰ 15 resources for teaching media literacy. ASCD. ხელმისაწვდომია: <http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/> [წვდომა 03/04/2018].

²¹ მაგალითია ითაკას კოლეჯის მედიაწიგნიერების პროექტი Look Sharp, რომელსაც აქვს თავისი გზამკვლევი, კურიკულუმის ნაკრები და ჩამოსატვირთი მასალები. www.projectlooksharp.org [წვდომა 23/03/2018].



მოდულის მიზნები

ამ მოდულის მიზანია:

- ▶ ხაზი გაუსვას წიგნიერების საჭირო კომპეტენციების²² და მასთან დაკავშირებული უნარ-ჩვევების,²³ ჟურნალისტიკის (და მისი სხვადასხვა ფორმების) გაგებისა და იმავდროულად როგორც უხარისხო ჟურნალისტიკის, ასევე სხვადასხვა მედიაში გაყალბებული ინფორმაციის იდენტიფიცირების მნიშვნელობას.
- ▶ აღჭურვოს მონაწილეები უნარებით, გაანალიზონ ინფორმაციის მოხმარება მედიის ფართო სპექტრში და გააცნობიერონ, თუ რამდენად მარტივია დეზინფორმაციის შექმნა.
- ▶ ასწავლოს მონაწილეებს, როგორ განავითარონ ჯანსაღი სკეპტიციზმი ყველა ინფორმაციის მიმართ, რომელსაც იღებენ და თუ როგორ შეაფასონ გაშუქების, პოსტების, საინფორმაციო ველის, ფოტოების, ვიდეოების, აუდიო მასალის, ინფოგრაფიკისა და სტატისტიკის სიზუსტე შესაბამის კონტექსტში.



სწავლის შედეგები

მოდულის შედეგად, სტუდენტებს შეეძლებათ:

1. ერთმანეთისგან განასხვავონ ფაქტი და გამოგონილი ამბავი, ასევე პოტენციურად განსხვავებული თხრობის ლეგიტიმურობა და ავთენტური ჟურნალისტული ამბები.
2. აქვთ ცოდნა, როგორ ხდება ამბის შერჩევა, ვინ ამზადებს კონტენტს, რა მეთოდები გამოიყენება რეალობის ავთენტური ასახვისთვის, როგორი ენა გამოიყენება, რაზე კეთდება აქცენტები, რა არის გამოტოვებული, ვინ რას ამბობს, რამდენად მნიშვნელოვანია და/ან სანდოა ეს პირი, რა შეიძლება იყოს მისი დღის წესრიგი, რა გავლენა ჰქონდა/აქვს/ ან ექნება ამ სიახლეს, რას ფიქრობენ და როგორ აღიქვამენ იგივე სიახლეს სხვები.
3. შეაფასონ მედია და ინფორმაციული წიგნიერების საკუთარი დონე და შესაბამისობა მათ ინდივიდუალობასთან, ასევე როგორ აისახება ეს ინფორმაციისა და კომუნიკაციის პროცესში მათ ჩართულობაზე.



მოდულის ფოხმაგი

მოდული დაყოფილია ორ 90 წუთიან სესიად. პირველი სესია არის თეორიული, მეორე კი პრაქტიკული.

მეთოდოლოგია ემყარება დისკუსიას, თუ რას ნიშნავს მედია და ინფორმაციული წიგნიერება და რა მნიშვნელობა აქვს მას დეზინფორმაციის, მცდარი ინფორმაციისა და სხვა დამახინჯებული ინფორმაციის პირობებში, რომელიც ტრადიციული და სოციალური მედიის საშუალებებით ვირუსულად ვრცელდება. ამ მოდულის მასალაზე წვდომა შესაძლებელია ინტერნეტით, არსებობს ბევრი სასარგებლო რესურსი კვლევისა და პრაქტიკული სავარჯიშოებისთვის.

²² მედია და ინფორმაციულ წიგნიერებაზე ინფორმაციისთვის იხ. UNESCO-ს მედია და ინფორმაციული წიგნიერების ცნებები <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [წვდომა 21/11/2020].

²³ ფაციონეს (2010) მიერ იდენტიფიცირებული კრიტიკული აზროვნების უნარების გარდა, მონაწილეებს უნდა მოუწოდოთ, იყვნენ სკეპტიკურები, კითხვის ნიშნის ქვეშ დააყენონ ყველაფერი, არ დაიჯერონ არაფერი, გადააწმონ წყაროები.

გამოსადეგი ვებ-გვერდებია:

- ▶ იუნესკო (UNESCO) <http://en.unesco.org/> და მისი მედია წიგნიერების საიტი <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>
- ▶ გაეროს ცივილიზაციათა ალიანსი <https://www.unaoc.org/>
- ▶ მედია და ინფორმაციული წიგნიერების კურიკულუმი მასწავლებლებისთვის <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>
- ▶ მედიაწიგნიერების 5 წესი <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
- ▶ სალი აზრის განათლება <https://www.common-sense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>
- ▶ EAVI მედია წიგნიერება მოქალაქეებისთვის <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- ▶ საინფორმაციო წიგნიერების პროექტი <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, სტოუნ ბრუკის უნივერსიტეტის საინფორმაციო წიგნიერების ცენტრი <http://www.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ გონებით მართული მედია <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
- ▶ ციფრული რესურსების ცენტრი (საინფორმაციო წიგნიერების ცენტრი) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ როდ აილენდის უნივერსიტეტის მედია და ინფორმაციული წიგნიერების ცენტრი <https://centermil.org/resources/>

სასურველია, ინსტრუქტორებმა რესურსები თავიანთი ქვეყნისა და რეგიონის გამოცდილებიდან, სხვადასხვა ენაზე დაამატონ.

საკლასო ოთახი აღჭურვილი უნდა იყოს კომპიუტერებით და უზრუნველყოფილი იყოს წვდომა ინტერნეტზე, რათა ინსტრუქტორმა და სტუდენტებმა მედია და ინფორმაციულ წიგნიერებაში ჩართული ორგანიზაციების ვებ-გვერდები, ასევე საილუსტრაციო მედია მაგალითები განიხილონ.

სასწავლო გეგმის დაკავშირება შედეგებთან

ა. თეორიული

ინსტრუქტორი წარმოადგენს მასალასა და მაგალითებს მედია და ინფორმაციული წიგნიერების შესახებ და მათ კავშირს დეზინფორმაციასა და მცდარ ინფორმაციასთან, რაც ინფორმაციის სახით არის მოწოდებული.

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
ახსენით და განიხილეთ მედია და ინფორმაციული წიგნიერება და მისი ინსტრუმენტები, კრიტიკული აზროვნების ჩარჩოს ჩათვლით	45 წუთი	1 + 3
გადახედეთ და განიხილეთ არჩეული სხვადასხვა მედია ფორმატის მაგალითები, რომლებიც ადგილობრივად რელევანტურია	45 წუთი	1 + 2

ბ. პრაქტიკული:

სასწავლო მასალასა და ინსტრუმენტებთან დაკავშირებული აქტივობები.

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
პრაქტიკული აქტივობები	90 წუთი	1 + 3
<p>აქტივობა 1: ჟურნალისტიკის აღიარება ადგილობრივ პრესაში იპოვე პირველ გვერდზე განთავსებული მოწინავე მასალა. თითოეულმა სტუდენტმა უნდა შეისწავლოს და გაარჩიოს, თუ როგორ გაშუქდა იგივე ამბავი სამ სხვადასხვა მედია საშუალებაში.</p> <p>წარმართეთ დისკუსია და სტუდენტებს კრიტიკული აზროვნების ტექნიკის გამოყენება ურჩიეთ. მათ ასევე უნდა გაანალიზონ ქვეტექსტი, თუ როგორ ხდება ნარატივის ჩამოყალიბება (“ფრეიმინგი”), ინფორმაციის შერჩევა და შეფუთვა. ამ დროს განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გამახვილდეს, თუ რამდენადაა წარმოდგენილი ინფორმაციის არსებითი ელემენტები (ვინ, რა, სად, როდის, როგორ, რატომ; პირდაპირი ციტირება, ექსპერტებისა და ავტორიტეტული წყაროების, ასევე შესაბამისი ფოტოების გამოყენება, სტერეოტიპული ტერმინოლოგია, რომელიც გაცვეთილი საგაზეთო/ ჟურნალისტური ენისთვისაა დამახასიათებელი “ახალი ამბების” სხვა ნიშნებთან ერთად).</p>	45 წუთი	
<p>აქტივობა 2: დებინფორმაციის ინფორმაციად მიწოდება</p> <p>აჩვენეთ მონაწილეებს ყალბი ინფორმაციის მაგალითი და განიხილეთ რა “მუშაობს” და რა არა. შემდგომ დაავალეთ სტუდენტებს წინა სავარჯიშოში განხილული ისტორია გააყალბონ, შექმნან ყალბი ამბავი, რომელსაც ინფორმაციის სახე ექნება (ალტერნატიულად სტუდენტებმა შეიძლება თავად აირჩიონ დებინფორმაციის თემატიკა).</p> <p>დასრულების შემდეგ, სტუდენტები იყოფიან ჯგუფებად, რათა შეაფასონ, რა განაპირობებდა ინფორმაციის დამაჯერებლობას. შესაძლებელია შეფასების ტესტის, ასევე ინფორმაციის მარკერების, გამოყენება.</p> <p>ჯგუფები იკრიბებიან და ერთმანეთს თავიანთ მიგნებებს მოკლე პრეზენტაციების სახით უზიარებენ.</p>	45 წუთი	1 + 3



შემოთავაზებული დავალება

თითოეულმა მონაწილემ საკუთარი სოციალური მედიის საინფორმაციო ველში სამეცნიერო ან სამედიცინო სიახლის შესახებ ინფორმაცია უნდა მოიძიოს (მაგ. დიეტა, დაავადების გავრცელება, გლობალური დათბობის გავლენა მათ საზოგადოებაზე, ელექტრო მანქანების ეფექტურობა საწვავზე მომუშავე მანქანებთან შედარებით). ისინი შეაფასებენ თავიანთი კვლევის შედეგს, მათ კოგნიტიურ მიკერძოებულობას (სადაც რელევანტურია) და მათ ემოციურ რეაქციებს ამბავთან/შეხედულებასთან მიმართებაში, დაინახავენ თუ როგორ უკავშირდება ეს მედია და ინფორმაციული წიგნიერების საკითხებს, როგორიცაა კვლევა, შეფასება, ციფრული უსაფრთხოება, უფლებები და იდენტობა, ინფორმაციის საბაზისო ეთიკურ პრინციპებთან ერთად.

შემდგომ, მათ კვლევის შედეგად მიღებული ინფორმაცია უნდა წარმოადგინონ: ვინ შექმნა ამბავი; საიდან აქვს კორესპონდენტს ან ინდივიდს ინფორმაცია იმის შესახებ, რაც გამოქვეყნდა და ნახავს თუ არა ის სარგებელს ამ ინფორმაციის გავრცელებით; გადაამოწმეთ მონაცემები, სტატისტიკა, ინფოგრაფიკა. თუ ეს შესაძლებელია, სტუდენტები მონაცემების გადამოწმების მიზნით ასევე თავიანთი უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკას (ელექტრონულს) გამოიყენებენ. ისინი მათი მიგნებების შესახებ 1500 სიტყვიან მედია კრიტიკის მასალას დაწერენ, სადაც შინაარსის ძლიერ, სუსტ მხარეებს, გამოტოვებულ დეტალებს და ჩავარდნებს გაანალიზებენ.



საკითხავი მასალა

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*. ხელმისაწვდომია: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (July - September

2017). ხელმისაწვდომია: <https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [წვდომა 21/11/2020].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [ონლაინ] Insight

Assessment. ხელმისაწვდომია: <https://www.insightassessment.com/> [წვდომა 21/11/2020].

Gray, J., Bounegru, L. & Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab. [ონლაინ] ხელმისაწვდომია: <https://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [წვდომა 21/11/2020].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [ონლაინ] ხელმისაწვდომია:

<https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [წვდომა 21/11/2020].

დამატებითი საკითხავი

Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [ონლაინ] ხელმისაწვდომია: <https://www.buzzfeednews.com/article/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news#acEgmYE66> [წვდომა 21/11/2020].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [ონლაინ] ხელმისაწვდომია: <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [წვდომა 21/11/2020].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what*

they said. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [წვდომა 21/11/2020].

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [ონლაინ] ხელმისაწვდომია: <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [წვდომა 21/11/2020].

ფაქტების გადამოწმება 101

ადექსიოს მანცაჲისი



მოდული 5



სინოფსისი



პოლიტიკოსებიდან მაჩვევინგის სპეციალისტებამდე, უფლებადამცველი ჯგუფებიდან ბიზნესამდე - ყველა, ვინც სხვის დაჩქარებას ცდილობს, მოგივითხებურია ფაქტები დაამახინჯოს, გააზვიადოს ან გააბუნდოვანოს. ეს მოდული შეეცდება მონაწილეები აღჭურვოს მეთოდოლოგიით, რომელიც მათ გადამოწმებადი განცხადებების იდენტიფიცირებასა და მგვიცვლებების კრიტიკულად შეფასებაში დაეხმარება, ხაც ეთიკური ნორმებთან და სტანდარტებთან იქნება შესაბამისობაში.



მონახაზი

ფაქტების გადამოწმების სემანტიკა და ისტორია, ჰოგოხც ანგაჩიშვადებული უჩინადისტიკის ფოხმა

აშშ-ს ნიუ იორკის შტატის სენატორის, ინდოეთსა და გაერთიანებული ერების ორგანიზაციაში (1927- 2003) აშშ-ის ელჩის, დენიელ პატრიკ მოინიჰანის ცნობილი ნათქვამია: “ყველას აქვს უფლება ჰქონდეს საკუთარი აზრი, მაგრამ არა საკუთარი ფაქტები”¹.

ტერმინი “ფაქტჩეკინგი” (ფაქტების გადამოწმება) ჟურნალისტიკაში შეიძლება ორ სხვადასხვა რამეს ნიშნავდეს. ტრადიციულად, ფაქტების გადამოწმებლებს რედაქციები კორექტურის და სტატიაში ფაქტობრივი ნაწილის გადამოწმების მიზნით ქირაობდნენ. ფაქტების გადამოწმების ეს ჟანრი გაშუქების სიზუსტეს აფასებს, ფაქტების და მონაცემების გადამოწმებას ახდენს და გამოქვეყნებამდე მედია საშუალების ხარისხის შეფასების კიდევ ერთი საფეხურის ფუნქციას ასრულებს. თანამედროვე ჟურნალისტიკაში - მინიმუმ დასავლეთში - ამ პრაქტიკის ფუძემდებლად შეიძლება 1920-იანი წლების ამერიკული ყოველკვირეული ჟურნალი Time-ი მივიჩნიოთ.² ეკონომიკურმა ვარდნამ, რაც 21-ე საუკუნის³ დასაწყისიდან საინფორმაციო მედია ორგანიზაციების უმეტესობამ მსოფლიოს მასშტაბით განიცადა, ფაქტების გადამოწმების დეპარტამენტების შემცირება და მათი რედაქტირების სამსახურთან შერწყმა, ან სრულიად გაუქმება განაპირობა. დღესდღეობით, სპეციალური ფაქტჩეკერები რედაქციებში მხოლოდ ისეთი მაღალი კლასის ყოველკვირეულ ჟურნალებს ჰყავთ დასაქმებული, როგორიცაა The New Yorker აშშ-ში და Der Spiegel გერმანიაში.⁴

ამ მოდულში განხილული ფაქტჩეკინგი ეხება არა გამოქვეყნებამდე ფაქტების გადამოწმებას, არამედ მას შემდეგ, რაც განცხადება საჯარო გახდება. გამოქვეყნების შემდგომი ფაქტების გადამოწმების ეს ფორმა ცდილობს პოლიტიკოსები და სხვა საჯარო პირები მათი განცხადებების მართებულობის გამო ანგარიშვალდებული გახადოს. ფაქტჩეკერები მათი საქმიანობის დროს ეძებენ პირდაპირ და სანდო წყაროებს, რომელთაც გაკეთებული განცხადებების უარყოფა ან დადასტურება შეუძლიათ.

გამოქვეყნების შემდგომი ფაქტების გადამოწმება ძირითადად ფოკუსირებულია (მაგრამ არა მხოლოდ) პოლიტიკურ რეკლამებზე, კამპანიების დროს გაკეთებულ განცხადებებსა და პარტიების პროგრამებზე. ამ ფორმის პოლიტიკური ფაქტჩეკინგის ადრეული პროექტებია პენსილვანიის უნივერსიტეტის ანენბერგის საჯარო პოლიტიკის ცენტრის Factcheck.org, რომელიც 2003 წელს დაარსდა და Channel 4 Fact Check, რომელიც 2005 წელს დაფუძნდა.

ფაქტების გადამოწმების მნიშვნელობა ბოლო ათწლეულში გაიზარდა და ის მთელს მსოფლიოში გავრცელდა.

¹ Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). *Daniel Patrick Moynihan*. New York: PublicAffairs.

² Scriber, B. (2016). *Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking*. [online] Poynter. ხელმისაწვდომია: <https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [წვდომა 21/11/2020].

³ იხ. მოდული სამი

⁴ Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). *Magazines find there's little time to fact-check online*. [online] Columbia Journalism Review. ხელმისაწვდომია: <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [წვდომა 21/11/2020].

ასეთი ჟურნალისტური პრაქტიკის დამკვიდრებაში ორი მომენტი იყო განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი. პირველი ტალღა 2009 წლის პულიცერის პრიზით დაიწყო, რომელიც ფაქტების გადამოწმების პროექტ PolitiFact-ს ეროვნული გაშუქებისთვის გადაეცა. PolitiFact-ი ერთი წლით ადრე, ფლორიდის შტატში St Petersburg Times-მა (ამჟამად Tampa Bay Times) დააფუძნა. PolitiFact-ის ინოვაცია Truth-O-Meter-ის (სიმართლის მზომი) მეშვეობით განცხადებების შეფასებას ითვალისწინებდა, რაც ფაქტების გადამოწმებას სტრუქტურას და სიცხადეს ანიჭებდა (კრიტიკოსებისთვის, შეფასებას ამ პროცესში სუბიექტურობა შემოაქვს). ამ სტრუქტურირებულმა მიდგომამ აუდიტორიისთვის ნათელი გახადა, თუ რას ნიშნავდა პოლიტიკური ფაქტჩეკინგი - ცხადი გახადა ინსტრუმენტის მნიშვნელობა, როგორც ჟურნალისტური მექანიზმისა, რომელიც საჯარო პირებს მათი ნათქვამის გამო ანგარიშვალდებულს ხდის. ეს პროცესი კი მთელ მსოფლიოში არაერთი პროექტის შთაგონების წყარო გახდა.⁵

ფაქტების გადამოწმების პროექტების მეორე ტალღა გლობალურად ე.წ. “ყალბი ამბების” ზრდის შედეგად გაჩნდა. ტერმინი, რომელიც ახლა ყველანაირად და ასევე ბოროტად გამოიყენება, სრულიად გაყალბებულ სენსაციურ ამბებს აღწერს, რომელსაც სოციალური ქსელების ალგორითმების გამოყენებით უზარმაზარ აუდიტორიაზე აქვს წვდომა. როგორც 2016 წელს გახდა ცხადი, ონლაინ ინფორმაციული ინფრასტრუქტურა განსაკუთრებით შელწევადია დეზინფორმაციის და მცდარი ინფორმაციისთვის, რის გამოც უფრო და უფრო მეტმა ჯგუფმა გადაწყვიტა, ფაქტების გადამოწმებისთვის ყურადღება დაეთმო.

ეს მეორე ტალღა ხშირ შემთხვევაში ფოკუსირებული იყო როგორც საჯარო განცხადებების გადამოწმებაზე, ასევე ვირუსულად გავრცელებული სიყალბის მხილებაზე. გამოვლენა ფაქტების გადამოწმების ქვესახეობაა და მოითხოვს სპეციფიურ უნარებს, რომლებიც საერთოა ვერიფიკაციასთან (განსაკუთრებით მომხმარებლის მიერ გენერირებული შინაარსის შემთხვევაში, ცნობილია როგორც UGC - იხ. ქვემოთ მოცემული ვენური დიაგრამა). ეს მოდული ყურადღებას ამახვილებს ფაქტების გადამოწმებაზე ქვემოთ მოცემული განმარტების მიხედვით, ხოლო შემდეგი მოდული ციფრული შინაარსისა და წყაროების გადამოწმებას დაეთმობა.⁶



დიაგრამა 5. განსხვავება ფაქტების გადამოწმებასა და ვერიფიკაციას შორის
მსოფლიოში ახლებული ფაქტების გადამოწმების ოჩგანიზაციების მაგალითები
 Duke Reporter’s Lab-ის მიხედვით, 2017 წლის დეკემბერში 51 ქვეყანაში 137 ფაქტების გადამოწმე-

ბის მოქმედი პროექტი იყო⁷.

მაშინ, როდესაც აშშ-ი ფაქტების გადამოწმებისთვის ყველაზე დიდი ბაზარია, ზოგიერთი საგულისხმო და ინოვაციური პროექტი ამ სფეროში მსოფლიოს სხვა წერტილებშიც მიმდინარეობს. ინსტრუქტორებს შეუძლიათ გაეცნონ ისეთ პროექტებს როგორიცაა Africa Check (სამხრეთ აფრიკა, სენეგალი, ნიგერია და კენია), Chequado (არგენტინა), Les Decodeurs (საფრანგეთი), Faktist (ნორვეგია) და Full Fact (დიდი ბრიტანეთი).

ინსტრუქტორებისთვის, ვისაც ყურადღების გამახვილება რომელიმე კონტრეტულ ქვეყანასა ან რეგიონზე სურთ, შემდეგი რესურსები იქნება სასრგებლო:

- ▶ **ბრაზილია:** ბრაზილიაში ფაქტჩეკინგის ბუმი, ქვეით სტეიკერ გინზერგის სტატია პოინტერისთვის: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/fact-checking-booms-in-brazil/>
- ▶ **ევროპა:** ევროპაში ფაქტების გადამოწმების საიტების ზრდა, ლუკას გრეივისი და ფედერიკა ჩერუბინის ანგარიში ოქსფორდის უნივერსიტეტის როიტერის ინსტიტუტისთვის <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf>
- ▶ **იაპონია:** იაპონიაში ახალი ფაქტების გადამოწმების კოალიცია დაფუძვდა, მასათო კაჯიმოტოს სტატია პოინტერისთვის <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/a-new-fact-checking-coalition-is-launching-in-japan-update/>
- ▶ **სამხრეთ კორეა:** რა დგას სამხრეთ კორეის ფაქტჩეკინგის ბუმის უკან? დაძაბული პოლიტიკა და საგამოძიებო ჟურნალისტიკის შემცირება, ბოიონგ ლიმის სტატია პოინტერისთვის <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/>
- ▶ **ლათინური ამერიკა:** ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობის დეფიციტი ლათინურ ამერიკაში ფაქტჩეკინგის ბუმს განაპირობებს, ივან ეხტის სტატია პოინტერისთვის <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/lack-of-access-to-information-is-driving-latin-americas-fact-checking-boom/>
- ▶ **აშშ:** რა არის სიმართლე: პოლიტიკური ფაქტჩეკინგის ზრდა ამერიკულ ჟურნალისტიკაში, ლუკას გრეივისის წიგნი ან მისი განხილვა ბრედ სკრაიბერის მიერ პოინტერზე <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/who-decides-whats-true-in-politics-a-history-of-the-rise-of-political-fact-checking/>

ფაქტების გადამოწმების მეთოდოლოგია და ეთიკა

ფაქტების გადამოწმება არ არის რთული მეცნიერება. ეს არის სკრუპულოზური ანალიზი, რომელიც ერთი ძირითად კითხვას ეფუძნება: "საიდან ვიცით ეს?" ამავე დროს, ფაქტების გადამოწმება არ არის მართლწერის შემოწმება. არ არსებობს ლექსიკონის მსგავსი სახელმძღვანელო, რომელიც ყველა ფაქტს მოიცავს, არც მარტივი კომპიუტერული პროგრამა, რომელიც დოკუმენტებს შეისწავლის და მონიშნავს ნებისმიერ შემთხვევას, როცა ფაქტის სახით რაღაც მცდარადაა მოწოდებული.

ზოგადად, ფაქტების გადამოწმება სამ ეტაპს მოიცავს:

1. **გადამოწმებადი განაცხადის მოძიება** საკანონმდებლო ჩანაწერებში, მედია საშუალებებსა და სოციალურ მედიაში. ეს პროცესი მოიცავს იმის განსაზღვრას, თუ რომელი ძირითადი საჯარო განაცხადი ა) შეიძლება და ბ) უნდა გადამოწმდეს.
2. **ფაქტების პოვნა** განაცხადთან დაკავშირებული საუკეთესო მტკიცებულებების მოძიების გზით.

⁷ Stencel, M. (2017). Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent. [online] Duke Reporters Lab. ხელმისაწვდომია: <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> [წვდომა 21/11/2020].

3. **ჩანაწერის შესწორება** მტკიცებულებებზე დაყრდნობით, როგორც წესი, სიმართლის სკალის მეშვეობით განაცხადის შეფასების გზით.

ფაქტების გადამოწმების სანდო ორგანიზაციები საკუთარ სამუშაო პროცესს მეთოდოლოგიაზე დაყრდნობით საჯაროდ განმარტავენ. ინსტრუქტორებს შეიძლება სურვილი ჰქონდეთ, სტუდენტებს რამდენიმე მათგანი გააცნონ:

1. Africa Check-ის გვერდი “*ჩვენი მუშაობა*” გვერდი (<https://africacheck.org/about-us/how-we-work>), ასევე ინფოგრაფიკა მასალების სექციაში.
2. Chequeado-ს “*Metodo*” (ხელმისაწვდომია ესპანურად <http://chequeado.com/metodo/>).
3. Pagella Politica-ს “*Metodologia*” და “*Come funzioniamo*” (ხელმისაწვდომია იტალიურად <https://pagellapolitica.it/progetto/index>).
4. PolitiFact-ის “*PolitiFact-ის პრინციპები*” (<https://www.politifact.com/article/2013/may/31/principles-politifact/>).

ფაქტების გადამოწმების საერთაშორისო ქსელმა (IFCN)⁸ ასევე შეიმუშავა პრინციპების კოდექსი, რომელიც კეთილსინდისიერ ფაქტჩეკერებს ყოველდღიურ საქმიანობაში ეხმარება.

ფაქტების გადამოწმების ორგანიზაციები მიმართავენ IFCN-ს, რომ გახდნენ კოდექსის ვერიფიცირებული ხელმომწერები. ეს მოითხოვს გარე შეფასებას, რომელიც სტანდარტების ეფექტიან დანერგვას აფასებს. ინსტრუქტორებს შეიძლება სურდეთ, გაეცნონ კოდექსს და იპოვონ მათ ქვეყანაში მოქმედი ფაქტების გადამოწმების ორგანიზაციების შეფასებები⁹ და სტუდენტებთან განიხილონ, თუ რამდენად ეხმარება ეს შეფასება ფაქტჩეკერების მიმართ მათი დამოკიდებულების (ნდობა/უნდობლობა) ჩამოყალიბებას.

ეს პრინციპები შემუშავდა იმ მიზნით, რომ მკითხველს დაეხმაროს კარგი ფაქტჩეკინგი ცუდისგან განასხვავოს. მაგალითად, ინსტრუქტორებს შეიძლება სურდეთ, მოიყვანონ მაგალითები ამ ორი სტატიიდან, რომელიც ფაქტების გადამოწმებად შენიღბულ მცდარ ინფორმაციას შეეხება:

- ▶ *ცხუ ფაქტჩეკერები თუჩქეთში გენოციდისა და ცენზურის შესახებ გყუილებს გახცედე-ბას უწყობენ ხელს (პოინტერი)* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-in-turkey/>
- ▶ *პოსტ-სიმართლის ეპოქაში შვედეთის უდგია-მემაჩვენე ცხუ ფაქტჩეკერის ახსებობა გახდაუვადი იყო.* (The Guardian) <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-sweden's-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

ჩა უშლის ხელს ფაქტებს

სანამ გადავალთ ფაქტების გადამოწმების პრაქტიკულ ასპექტებზე, სტუდენტები ფაქტჩეკინგისა და საკუთარი შესაძლებლობების შეზღუდვებს უნდა გაეცნონ.

ზოგიერთი კომენტატორი აცხადებს, რომ ჩვენ შევავიწყეთ “პოსტ-სიმართლის” ან “პოსტ-ფაქტების” ეპოქაში. ეს ტერმინები 2016 წელს მსოფლიოს მასშტაბით ბევრ სათაურში იყო მოხსენიებული და ოქსფორდის ინგლისური ენის ლექსიკონისა და გერმანული ენის საზოგადოების მიერ “წლის სიტყვად” დასახელდა. “პოსტ-სიმართლის” მიმდევრების მოსაზრებით, პოლიტიკა და მედია ისეთი პოლარიზებული და ტომობრივი გახდა, რომ მოქალაქეები ნებისმიერ ფაქტს, რომელსაც თავად არ ეთანხმებიან, უყოყმანოდ უარყოფენ.

ეს მაინცდამაინც არ ესადაგება კვლევებს, რომელთა თანახმადაც, შესწორების შემდეგ, ადამიანები უკეთ ინფორმირებული (საშუალოდ) ხდებიან, განსაკუთრებით თუ შესწორება იმ წყა-

⁸ ავტორი ალექსიოს მანცარლისი ფაქტჩეკერების საერთაშორისო ქსელს (IFCN) ხელმძღვანელობს

⁹ ხელმისაწვდომია: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles> [წვდომა: 21/11/2020].

როებზე დაყრდნობით ხდება, ვისაც აუდიტორია სანდოდ მიიჩნევს. ინსტრუქტორებს შეიძლება სურდეთ, წაიკითხონ და სტუდენტებთან ერთად შემდეგ კვლევებზე იმსჯელონ :

- ▶ სუაიერი ბ., ბირინსკი ა. ჯ., ლივონდოვსკის ს და ეკერი უ. კ.ჯ (2017). პოლიტიკური მცდარი ინფორმაციის დამუშავება: ტრამპის ფენომენის გააზრება (1 მარტი, 2017). <https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rsos.160802> [წვდომა 28/03/2018].
- ▶ ნიჰან ბ და ზიტსოფ თ. (2018). წარსულთან ბრძოლა: კონტროლის გააზრება, მცდარი ისტორიული აღქმა და კორექციული ინფორმაცია ისრაელი-პალესტინის კონფლიქტში <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/pops.12449> [წვდომა 28/03/2018].
- ▶ ვუდი თ და პორტერ ი. (2016). ილუზორული უკუქმედების ეფექტი: მასობრივი განწყობის უჩვეულო ეხთგუდება ფაქტებისადმი (აგვისტო 5, 2016). <https://ssrn.com/abstract=2819073> [წვდომა 28/03/2018].

ამავდროულად, აბსურდულად მარტივი იქნებოდა ვიფიქროთ, რომ ფაქტები სამყაროს სრულყოფილი მახასიათებლებია და რომ ადამიანები სრულიად რაციონალური არსებები არიან, რომლებიც ახალ ფაქტებს, ძველი რწმენისა და პირადი პრეფერენციების მიუხედავად, უპრობლემოდ იღებენ. თითოეულ ჩვენგანს კოგნიტური და სხვა ტიპის მიკერძოება ახასიათებს - ძირითადად გონებრივი ბარიერები - რამაც შეიძლება ახალი ფაქტობრივი ინფორმაციის მიღება შეაფერხოს. მნიშვნელოვანია, ხაზი გაესვას, რომ ეს ცალკეულ ადამიანს კი არა, ნებისმიერ ჩვენგანს შეიძლება დაემართოს.

ინსტრუქტორებმა მიკერძოების ზოგიერთი მაგალითი საკლასო სივრცეში უნდა განიხილონ.

კოგნიტური მიკერძოება [Encyclopaedia Britannica-დან <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [წვდომა 28/03/2018]: ინფორმაციის მოძიების ან ინტერპრეტირების ტენდენცია, რომელიც ჩვენს რწმენებთანაა თანხვედრაში. გადაწყვეტილების მიღების ეს მიკერძოებული მიდგომა უმეტესწილად უნებლიეა და ხშირად არარეგულარულ ინფორმაციას უგულვებელყოფს. არსებული რწმენები შეიძლება მოცემულ ვითარებაში ადამიანის მოლოდინებს და კონკრეტული შედეგის პროგნოზს უკავშირდებოდეს. როდესაც საკითხი ძალზე მნიშვნელოვანია ან პირად ინტერესებთანაა თანხვედრაში, ადამიანები მიდრეკილნი არიან ის ინფორმაცია მიიღონ, რომელიც მათ რწმენას გაამყარებს.

მოტივირებული მსჯელობა [Discover Magazine-დან <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrI4ZrzBI> [წვდომა 28/03/2018]. მოტივირებული მსჯელობა გულისხმობს ინდივიდების გაუცნობიერებელ მიდრეკილებას, ინფორმაციის მოხმარება იმ მზა დასკვნებს მოარგონ, რომლებიც გარკვეულ შედეგს ან მიზნებს შეესაბამება. განვიხილოთ კლასიკური მაგალითი. 1950-იან წლებში, ფსიქოლოგებმა ექსპერიმენტის სუბიექტებს, აივი ლიგის ორი კოლეჯის სტუდენტებს სთხოვეს, ენახათ ფილმი, რომელიც მათი სასწავლებლების გუნდებს შორის ფეხბურთის თამაშის დროს მსაჯის საკამათო გადაწყვეტილებებს ასახავდა. სტუდენტები უფრო ამართლებდნენ მსაჯების იმ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც მათი შესაბამისი კოლეჯისთვის იყო ხელსაყრელი, ვიდრე მეტოქე კოლეჯისთვის. მკვლევარებმა დაასკვნეს, რომ ემოციური განწყობა, რომლითაც სტუდენტები თავიანთი ინსტიტუციებისადმი ლოიალობას ამტკიცებდნენ, აყალიბებდა მათ აღქმას იმის შესახებ, თუ რას ხედავდნენ ისინი ფირზე.

ხელმისაწვდომობის ევრისტიკა [Oxford University Press A Dictionary of Psychology-დან <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830> [წვდომა 28/03/2018]. კოგნიტური ევრისტიკა, რომლითაც მოვლენის სიხშირე ან ალბათობა ფასდება იმ შემთხვევების რაოდენობით, რომელიც ადამიანს ადვილად ახსენდება. ამ დროს ადამიანებმა შეიძლება არასწორი განცხადებები სიმართლედ აღიქვან მხოლოდ იმიტომ, რომ ისინი ადვილად ახსენდებათ. ვანდერბილტის უნივერსიტეტში ლიზა ფაზიოს მიერ ჩატარებულ ექსპერიმენტში, ადამიანებმა, რომლებსაც სთხოვეს ექვსჯერ გაემეორებინათ წინადადება

"სარი არის კილტი", მეტად დაიჯერეს ეს აშკარა სიცრუე, ვიდრე მათ, ვინც ეს მოსაზრება მხოლოდ ერთხელ გაიმეორა. ჟურნალისტიკა შეიძლება სიცრუის მორევში გადაეშვას, თუ მოვლენებს უკრიტიკოდ გააშუქებს. მაგალითად, ბარაკ ობამას დაბადების ადგილის შესახებ კონსპირაციების მედია გაშუქებამ, შესაძლოა, თავისი როლი შეასრულა იმ რწმენის დამკვიდრებაში, რომ აშშ-ს ყოფილი პრეზიდენტი სინამდვილეში ჰავაიში არ დაბადებულა.

უნდა აღინიშნოს, რომ თავისთავად ფაქტების გადამოწმება სრულყოფილი ინსტრუმენტი არ არის. რაღაც შეიძლება ასე პროცენტით ზუსტი იყოს, მაგრამ მაინც აკლდეს მნიშვნელოვანი კონტექსტი.¹⁰ ფაქტები ფართო ნარატივის სტრუქტურაში უცვლელად არის აგებული, დალაგებული და მნიშვნელობის მიხედვით გადალაგებული, რამაც შეიძლება თავდაპირველ ფაქტებს სრულიად განსხვავებული მნიშვნელობა მიანიჭოს. უფრო მეტიც, სიმართლე გაცილებით მეტია, ვიდრე ფაქტების კრებული. ფაქტების გადამოწმება არ არის ის ინსტრუმენტი, რომელიც ალტერნატიული ინტერპრეტაციის ჩასახშობად უნდა გამოიყენო, ისევე როგორც ფაქტების დადასტურება, რომელიც გავლენას ახდენს ნარატივსა და ინდივიდუალურ წინასწარგანწყობებზე, რომ შეაჩერო რაციონალური დისკუსია.

მოვლენის მიზნები



- ▶ გლობალურად გააუმჯობესოს ფაქტების გადამოწმების კარგი პრაქტიკის შესახებ ინფორმირებულობა,
- ▶ გაზარდოს ცნობიერება კოგნიტური მიკერძოებულობის შესახებ, რამაც შეიძლება ხელი შეუშალოს ფაქტობრივ აღქმებს.
- ▶ გააუმჯობესოს კრიტიკული ანალიზის უნარები.

სწავლების შედეგები



1. ფაქტების გადამოწმების, როგორც ჟურნალისტიკის ახალი ფორმის, ასევე პრაქტიკის ეთიკისა და მეთოდოლოგიის გაგება.
2. მტკიცებულებათა ხარისხის შეფასებისას, იმის ცოდნა, თუ რა კითხვები უნდა დაისვას.
3. გადამოწმებადი ფაქტების მოსაზრებებისა და გაზვიადებისგან განსხვავების უნარის გაუმჯობესება.
4. კოგნიტური მიკერძოების საბაზისო კონცეპტუალიზაცია, რასაც შეუძლია ფაქტობრივ გაზრებას შეუშალოს ხელი.

მოვლენის ფოხმაგი



ამ გაკვეთილის თეორიული გეგმა ასე გამოიყურება:

1. ისტორია და სემანტიკა
2. მეთოდოლოგია და ეთიკა
3. რა ართულებს ფაქტების გაგებას.

პრაქტიკული ნაწილი დაყოფილია ორ აქტივობად:

1. გადამოწმებადი განაცხადების პოვნა.
2. ფაქტების დადგენა.

დავალება ორიენტირებულია ჩანაწერის გასწორებაზე.

¹⁰ იხ. მაგალითი Yanofsky, D.(2013). *The chart Tim Cook doesn't want you to see*. ხელმისაწვდომია <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/> [წვდომა 28/03/2018].

გეგმის დაკავშირება სწავლის შედეგებთან

ა. თეორიული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
1. ისტორია და სემანტიკა	20 წუთი	1
2. მეთოდოლოგია და ეთიკა	20 წუთი	1
3. რა ართულებს ფაქტების გაგებას	20 წუთი	4

ბ. პრაქტიკული

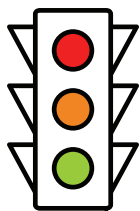
მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
აქტივობა 1: გადამოწმებადი განაცხადების პოვნა	30 წუთი	3
აქტივობა 2: ფაქტების დადგენა	1 საათი	2

ი) გადამოწმებადი განაცხადების პოვნა

ფაქტების შემოწმება ყურადღებას ამახვილებს განაცხადებზე, რომლებიც მინიმუმ ერთ ფაქტს ან სტატისტიკურ მონაცემს მოიცავენ და რომელთა მართებულობა შეიძლება ობიექტურად დადასტურდეს. ფაქტების შემოწმება არ აფასებს მოსაზრების და ვარაუდის, ჰიპოთეზის, სატირისა და ხუმრობის სანდოობას.

აქტივობა 1: სტუდენტებს სთხოვთ, ოთხი საჯარო პირის გამოსვლიდან მოცემული ფრაგმენტი წაიკითხოთ და ერთ ფერში (მწვანედ) მონიშნონ ფაქტობრივი განაცხადი, რომლის შემოწმებაც შესაძლებელია, მეორე ფერში (წითლად) მოსაზრება, რომელიც გადამოწმებას არ ექვემდებარება და მესამე ფერში (ნარინჯისფრად) - ფაქტსა და მოსაზრებას შორის შუალედური ვერსია. მას შემდეგ, რაც სტუდენტები დავალებას ჩააბარებენ, განიხილეთ, თუ რა ხდის თითოეულ განაცხადს "გადამოწმებადს".

მიმოხილვა



წითელი – განაცხადი, რომლის გადამოწმება შეუძლებელია

ნარინჯისფერი – შუალედური განაცხადი

მწვანე – განაცხადი, რომლის გადამოწმებაც შესაძლებელია

მიშედ ბაჩედეტი, ჩიქეს ყოფილი პედაგოგი

მიუხედავად იმისა, რომ ამ მიმართულებით მნიშვნელოვან პროგრესს მივაღწიეთ, ჩვენ ვიცით, რომ საზღვარ ეკოსისტემის ახალ საფრთხეს - პლასტმასს - უნდა გავუმკლავდე. წლიდან წლამდე, ოკეანეში 8 მილიონი ტონა პლასტმასი ხვდება, ასობით წლების განმავლობაში იქ რჩება და უზარმაზარ ნეგატიურ გავლენას ახდენს. ამ პრობლემის გადასაჭრელად, ჩვენ გაერთიანებული ერების გარემოსდაცვითი პროგრამის სუფთა ზღვების კამპანიაში ვმონაწილეობთ. იმავდროულად, ადგილობრივ დონეზე, ჩვენ წარმოვადგენთ კანონპროექტს, რომელიც სანაპირო ქალაქებში 12 თვის განმავლობაში ცელოფნების გამოყენებას აკრძალავს. ეს კა-

ნონი მოქალაქეებს საშუალებას მისცემს, ოკეანეების დაცვაში საკუთარი წვლილი შეიტანონ. ამრიგად, ჩვენ ვიქნებით პირველი ქვეყანა რეგიონში, რომელმაც ამ ტიპის კანონი აამოქმედა და ჩვენ მოვუწოდებთ სხვა ქვეყნებს, ეს პასუხისმგებლობა გაიზიარონ. ამასთან ერთად, ახლა უკვე 30 წელი გავიდა ოზონის შრის დამზღუდელ ნივთიერებათა შესახებ ოქმის მიღებიდან, რამაც ოზონის ფენის გაჯანსაღებას შეუწყო ხელი. ოცდამეათე წლისთავზე, მე მინდა გაცნობოთ, რომ ჩემმა ქვეყანამ ახლახან მონრეალის ოქმში 2016 წლის კიგალის ცვლილების რატიფიცირება მოახდინა, რომელიც მიზნად 0,5°C-ის გლობალური დათბობის პრევენციას ისახავს. ამრიგად, ჩილე ხდება ერთ-ერთი პირველი ქვეყანა, რომელმაც ამ ახალი შეთანხმების რატიფიკაცია მოახდინა, მაგრამ ეს ყველაფერი არ არის. პატაგონიაში პარკების ქსელის შექმნით, ჩვენ ასევე დავამატეთ ბიომრავალფეროვნებით მდიდარი 4.5 მილიონი ჰექტარი მწვანე ტერიტორია, რომელიც ახლა სახელმწიფოს მიერ საჯარო მოხმარებისთვის დაცული იქნება.

იაკობ ზუმა, სამხრეთ აფრიკის ყოფილი პრეზიდენტი

გლობალური ეკონომიკის ამჟამინდელი სტრუქტურა გლობალურ ჩრდილოეთსა და გლობალურ სამხრეთს შორის დაყოფას აღრმავებს. მაშინ, როცა გლობალიზაციის სიკეთეებით მცირედი სარგებლობენ, მსოფლიო ხალხების უმრავლესობა კვლავ უკიდურეს სიღატაკესა და შიმშილში ცხოვრობს და მოკლებულია იმედს, რომ მათი მდგომარეობა ოდესმე გაუმჯობესდება. განვითარებულ ქვეყნებშიც კი, მდიდარსა და ღარიბებს შორის უფსკრული ღრმაა და ხშირად სერიოზული შეშფოთების მიზეზია. ჩვენ გვჭირდება გლობალური ლიდერების პოლიტიკური ნება და ერთგულება, უპასუხონ გამოწვევებს, რომლებიც გლობალური ეკონომიკის გაუმართავ სტრუქტურას უკავშირდება, თუ ვიმედოვნებთ, რომ 2030 წლის დღის წესრიგის მიზნებსა და ამბიციებს მივაღწიოთ. ეს არათანაბარი და ეკონომიკური ძალაუფლების უსამართლო ურთიერთობები მკვეთრად არის გამოხატული აფრიკაში. მაგალითად, ჩვენ კონტინენტს უხვი მინერალური რესურსები აქვს, მაგრამ ამავე დროს ყველაზე მეტი ნაკლებგანვითარებული ქვეყნები ამავე კონტინენტზეა.

სიგმახ გაბიიდი, გეხმანიის ყოფილი საგარეო საქმეთა მინისტრი

ჩვენ უნდა აღვჭურვოთ გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია ინსტრუმენტებით, რათა მან თავისი მანდატის შესრულება შესძლოს. თუმცა, ამჟამად, სტატისტიკა სხვა რამეზე მეტყველებს:

სურსათის მსოფლიო პროგრამა დღეს 50%-ით იმაზე ნაკლებ დაფინანსებას იღებს, ვიდრე ეს მსოფლიოში შიმშილის კრიზისის დასაძლევად საჭირო. მსოფლიო განვითარების პროგრამისი შემოწირულობების მხოლოდ 15% -ს იღებს ნებაყოფლობით, როგორც არასავალდებულო გადასახადს, 2011 წელს კი ეს მონაცემი 50% იყო. ასევე არასახარბიელოდ გამოიყურებიან გაეროს დახმარების სხვა პროგრამებიც.

არ შეიძლება გაერთიანებული ერების ორგანიზაციაში პასუხისმგებელ თანამდებობებზე მყოფი პირები გაცილებით მეტ დროს ხარჯავდნენ საჭირო დაფინანსების მოსაძიებლად თხოვნის წერილების დაგზავნაზე, ვიდრე ეფექტიანი დახმარების ორგანიზებაზე. ჩვენ უნდა შევცვალოთ კურსი. ჩვენ გაეროს უნდა გამოვუყოთ სათანადო დაფინანსება და მივანიჭოთ მას მეტი თავისუფლება. ამის სანაცვლოდ, ჩვენ გვჭირდება უფრო მეტი ქმედითობა და ხარჯების გამჭვირვალობა.

ყოველ შემთხვევაში, გერმანია აპირებს შეუნარჩუნოს გაეროს თავისი ფინანსური მხარდაჭერა, როგორც შენატანების მეოთხე უდიდესი მიმწოდებელს და ამის მიღმაც, მაგალითად, როგორც მსოფლიოში ჰუმანიტარული დახმარების ერთ-ერთ უდიდეს დონორს, გვინდა გავაგრძელოთ ჩვენი მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანა.

მაიკ ცუკეხებეგი, Facebook- ის აღმასხუდებელი დიხექტოი

Facebook იდეალისტური და ოპტიმისტური კომპანიაა. ჩვენი არსებობის მანძილზე, ჩვენ ფოკუსირებული ვიყავით ყველა სიკეთეზე, რაც ადამიანების ერთმანეთთან დაკავშირებას მოაქვს. Facebook-ის ზრდასთან ერთად, ადამიანებმა მიიღეს ახალი მძლავრი ინსტრუმენტი, რათა დარჩნენ იმ ხალხთან დაკავშირებული, ვინც უყვართ, გაიგონონ მათი ხმა, და ჩამოაყალიბონ საზოგადოებები და წარმართონ საქმიანობა. სულ ახლახანს, ჩვენ ვნახეთ #metoo მოძრაობა და March for Our Lives, რომელიც ნაწილობრივ მაინც Facebook-ზე იყო ორგანიზებული. ქარიშხალ ჰარვის შემდეგ, ადამიანებმა დახმარებისთვის 20 მილიონ დოლარზე მეტი შეაგროვეს. ახლა კი 70 მილიონზე მეტი მცირე ბიზნესი ფეისბუქს ბიზნესის ზრდისა და სამუშაო ადგილების შესაქმნელად იყენებს.

ii) ფაქტების დადგენა

აქტივობა 2: დაყავით კლასი ჯგუფებად. თითოეულმა ჯგუფმა გადამოწმების მიზნით, ზემოთჩამოთვლილი „მწვანე“ განაცხადებიდან ერთ-ერთი უნდა აირჩიოს (ან შეარჩიეთ მაგალითი საკუთარი სიიდან).

თხოვეთ ჯგუფებს მოძებნონ მტკიცებულებები, რომლებიც გაამყარებენ ან უარყოფენ მიგნებებს. სანამ ამას გააკეთებენ, ურჩიეთ, შეაფასონ მოძიებული წყაროები შემდეგი პარამეტრების მიხედვით.

სიახლოვე: რამდენად ახლოსაა მტკიცებულება ფენომენთან? მაგალითად, ახალი ამბების ორგანიზაციის მიერ უმუშევრობის უახლესი სტატისტიკის შესახებ ინფორმაციის გაშუქება, როგორც წესი, მონაცემებთან ნაკლებად მიახლოებულია და შესაბამისად ნაკლებად ღირებული, ვიდრე ეროვნული სტატისტიკის ორგანო, რომელიც რეალურად ზომავს დასაქმების მაჩვენებლებს.

ექსპერტიზა: რა მიუთითებს მტკიცებულებების ავტორის გამოცდილებაზე? მაგალითად, წიგნის ავტორს აქვს დაცული სადოქტორო ამ თემაზე და ხშირად არის ციტირებული აღნიშნულ სფეროში.

სიზუსტე: როგორ მოხდა მტკიცებულებების შეგროვება? მაგალითად, მონაცემები ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ ხშირად გამოკითხვის გზით არის შეგროვებული.¹¹ ამ მონაცემების განზოგადება შესაძლებელია არასწორი იყოს და საერთაშორისო შედარებების გაკეთება კი - რთული, იმის გათვალისწინებით, რომ ქალების მზაობა უპასუხონ და მოახდინონ სექსუალური შევიწროების კონცეპტუალიზაცია, შეიძლება განსხვავდებოდეს ქვეყნების მიხედვით. ეს არ ნიშნავს ქალთა მიმართ ძალადობის საკითხის მნიშვნელობის დაკნინებას, არამედ კონკრეტულად დაფუძნებული ზუსტი განცხადებების ადვოკატირებას.

გამჭვირვალობა: რა იცით მტკიცებულებების შესახებ? მაგალითად, სამეცნიერო კვლევამ ონლაინ გამოაქვეყნა ყველა მონაცემი, რომლის საფუძველზეც ის დასკვნებს აკეთებს, რათა სხვა მკვლევარებმა ეს მონაცემები ზედმიწევნით შეისწავლონ.

სანდოობა: არსებობს თუ არა ჩანაწერი შესაფასებლად? მაგალითად, საერთაშორისო გამჭვირვალობა 20 წელზე მეტია აქვეყნებს კორუფციის აღქმის ინდექსს, რამაც უამრავი დრო მისცა ექსპერტებს მონაცემების შეზღუდვების იდენტიფიცირება მოეხდინათ.¹²

ინტერესთა კონფლიქტი: ემსახურება თუ არა მტკიცებულება წყაროს პერსონალურ ან პირად ინტერესს? მაგალითად, კვლევა იმაზე, რომ მაკარონი ჯანმრთელობისთვის სასარგებლოა, ნაწილობრივ ჩატარდა და დაფინანსდა მაკარონის მთავარი მწარმოებლის მიერ.¹³

ინსტრუქტორებს შეიძლება სურდეთ, ეს ცხრილი ამოებქდონ და სტუდენტებს წყაროები შეაფასებინონ.

¹¹ იხ. გაეროს გენდერული სტატისტიკის ინდიკატორი (48) <https://genderstats.un.org/#/downloads>

¹² Hough, D. (2016) *Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful.* The Washington Post. ხელმისაწვდომია: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/> [წვდომა 21/11/2020].

¹³ ეს არის ნამდვილი მაგალითი. მეტი იხ. აქ: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/> [წვდომა 21/11/2020]

	ცუდი	საშუალო	კარგი
სიახლოვე			
ექსპერტიზა			
სიზუსტე			
გამჭვირვალობა			
სანდოობა			
ინტერესთა კონფლიქტი			



შემოთავაზებული დავალება

ჩანაწერის გასწორება

ინსტრუქციაში მოცემული მტკიცებულებების შეფასების გამოყენებით, მონაწილეებმა უნდა დაწერონ სტატია ფაქტების გადამოწმებაზე (დაახლოებით 1 200 სიტყვა) და გამოიტანონ დასკვნა, თუ რამდენად შეესაბამება სიმართლეს მათ მიერ არჩეული განცხადება.

მათ უნდა შეიმუშაონ შეფასების საკუთარი სკალა, რათა შეაფასონ გადამოწმებული განაცხადი. მაგალითად, PolitiFact-ს შემდეგი შეფასებები აქვს:

სიმართლე - განცხადება არის ზუსტი და მას მნიშვნელოვანი ინფორმაცია არ აკლია.

მეტწილად სიმართლე - განცხადება ზუსტია, მაგრამ საჭიროებს განმარტებას ან დამატებით ინფორმაციას.

ნახევრად სიმართლე - განცხადება ნაწილობრივ ზუსტია, მაგრამ გამოტოვებულია მნიშვნელოვანი დეტალები ან საკითხები კონტექსტიდან ამოგლეჯილად არის მოწოდებული.

მეტწილად მცდარი - განცხადება სიმართლის გარკვეულ ელემენტებს ეფუძნება, მაგრამ უგულებელყოფს არსებით ფაქტებს, რომელთა გადმოცემის შემთხვევაში მოვლენა განსხვავებულად აღიქმებოდა.

ყალბი - განცხადება ზუსტი არ არის.

აშკარა ტყუილი - განცხადება არ არის ზუსტი და სრულიად აბსურდულია.

შეფასების სკალა არ უნდა იყოს სწორხაზოვანი, როგორც PolitiFact-ის შემთხვევაშია, სადაც რეიტინგი სიმართლიდან სიცრუისკენ ეტაპობრივად პროგრესირებს. მაგალითად, მექსიკაში El Sabueso¹⁴ იმ განცხადებებთან მიმართებით, სადაც არავითარი მტკიცებულება არ არსებობს ან რომელთა მართებულობა “საკამათოა”, რადგან სიზუსტე არჩეულ მეთოდოლოგიაზე დამოკიდებული, იყენებს შეფასებას “დადასტურება შეუძლებელია”. წაახალისეთ სტუდენტები, სკალის შემუშავებას შემოქმედებითად მიუდგნენ, როგორც სხვადასხვა კომპეტენციების ნაკრებს, რომელიც ფაქტობრივ განაცხადს შეიძლება მივუსადაგოთ.

დროისა და რესურსების გათვალისწინებით, ინსტრუქტორებს ასევე შეუძლიათ, ტექსტური

¹⁴ AnimalPolitico (2015). ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/>. [წვდომა 21/11/2020].

ფაქტების გადამოწმების გარდა, სტუდენტებს სხვა ფორმატებში მუშაობაც დაავალონ. მიმები, მოკლე ვიდეოები, GIF-ები, Snapchat - ყველა პოტენციურად კარგი ინსტრუმენტია სიცრუის წინააღმდეგ საბრძოლველად. სინამდვილეში, ერთმა კვლევამ აჩვენა, რომ ფაქტების გადამოწმება სტატიზე მეტად ეფექტიანია, როდესაც იუმორისტული ვიდეოს სახითაა წარმოდგენილი.¹⁵

კრეატიული ფორმატის შესახებ რამდენიმე მაგალითისთვის ინსტრუქტორები შეიძლება Poynter-ის შემდეგ სტატიებს გაეცნონ:

მანცარლისი ა., (2016). ფაქტჩეკერები ატარებენ ექსპერიმენტებს სნეპჩაიტით, გიფებით და ათასწლეულის სხვა შესაძლებლობებით. ხელმისაწვდომია <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/fact-checkers-experiment-with-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials-%E2%99%A5/> [წვდომა 21/11/2020].

მანცარლისი ა., (2016). როგორ (და რატომ) გადავაქციოთ ფაქტების გადამოწმება გიფად. ხელმისაწვდომია: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/how-and-why-to-turn-a-fact-check-into-a-gif/> [წვდომა 21/11/2020].



საკითხავი მასალა

საკითხავი მასალის გარდა, Poynter-ს აქვს ფაქტების გადამოწმების სპეციალური სექცია, რომელიც კვირის განმავლობაში რამდენიმეჯერ ახლდება, შემდეგ ბმულზე: <https://www.poynter.org/channels/fact-checking/>

ქვემოთ მოცემულია ზოგიერთი სასარგებლო რესურსი ამ ბმულიდან:

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps.* <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps>. [წვდომა 21/11/2020].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/the-ultimate-guide-to-bust-fake-tweeters-a-video-toolkit-in-10-steps/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2015/5-things-to-keep-in-mind-when-fact-checking-claims-about-science/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/5-tips-for-fact-checking-claims-about-health/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets.* <https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/repetition-boosts-lies-but-could-help-fact-checkers-too/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/french-and-american-voters-seem-to->

¹⁵ Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). *Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org.* Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), pp.49-75

[respond-in-a-similar-way-to-fact-checking/](#) [წვდომა 21/11/2020].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/where-theres-a-rumor-theres-an-audience-this-study-sheds-light-on-why-some-take-off/> [წვდომა 21/11/2020].

Funke, D. (2017). *Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/want-to-be-a-better-online-sleuth-learn-to-read-webpages-like-a-fact-checker/> [წვდომა 21/11/2020].

Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/these-two-studies-found-that-correcting-misperceptions-works-but-it-c2%92s-not-magic/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2017). *What does the "Death of Expertise" mean for fact-checkers?* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/what-does-the-death-of-expertise-mean-for-fact-checkers/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy.* <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/journalism-cant-afford-for-corrections-to-be-next-victim-of-fake-news-frenzy/> [წვდომა 21/11/2020].

Mantzaris, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/should-journalists-outsource-fact-checking-to-academics/> [წვდომა 21/11/2020].

წიგნები

Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Ruminant on Moral Panic in Our Time*. New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism*. New York: Columbia University Press.

ონლაინ რესურსები

საერთაშორისო ფაქტჩეკერების დღის როლური თამაშის გეგმა, რომელიც 14-16 წლის მოსწავლეებისთვისაა განკუთვნილი, ხელმისაწვდომია აქ: <http://factcheckingday.com/lesson-plan>.

სოციალური მედიის გადამოწმება: წყაროებისა და ვიზუალური შინაარსის შეფასება

გომ გიუვინაიდი და ფეხვებს ბედი

მოდული 6

ეს მოდული შექმნილია იმისთვის, რომ მონაწილეებს ციფრული ინფორმაციის პირველწყაროს ამოცნობასა და ონლაინ გადამოწმებაში დაეხმაროს. მოდული გთავაზობთ სხვადასხვა სტრატეგიებს სოციალური მედიით გაზიარებული წყაროების, ფოტოების და ვიდეოების, განსაკუთრებით კი მომხმარებლის მიერ გენერირებული შინაარსის (UGC) ავთენტურობის დასადგენად.

ამ მოდულის გავლის შემდეგ, მონაწილეებმა უნდა გაიღრმავონ ცოდნა ცრუ და შეცდომაში შემყვანი სხვადასხვა ტიპის შინაარსის შესახებ, რომელიც ხშირად საგანგებო მოვლენების დროს ისეთ პლატფორმებზე ზიარდება, როგორიცაა Facebook, Twitter, Instagram და YouTube¹. ამგვარ შინაარსს პერიოდულად აიტაცებენ და აშუქებენ სხვა მხრივ საიმედო საინფორმაციო ორგანიზაციები, რაც მათ დისკრედიტაციას იწვევს. მას ასევე დაუდევრად აზიარებენ და ავრცელებენ სოციალურ ქსელებში ჟურნალისტები, რომლებიც ზოგჯერ მავნე სუბიექტების სამიზნეები არიან, რათა საჯარო დისკუსიაზე² გავლენა მოახდინონ და ჟურნალისტების, როგორც სანდო წყაროების რეპუტაცია ბერკეტად გამოიყენონ.³

ვიდრე შინაარსის გადამოწმების ბაზისურ საგამოძიებო ტექნიკებსა და სტრატეგიებს პრაქტიკაში გამოიყენებენ, მონაწილეებმა თავიანთი ინსტინქტები რეალური სამყაროს სცენარებითა და მაგალითებით უნდა შეამოწმონ. ეს პროცესი მოიცავს შემდეგს:

- ▶ ავთენტური წყაროების და მათი სანდოობის დადგენა ეთიკური პრინციპების შესაბამისად, რაც მომხმარებელთა მიერ გენერირებული შინაარსის (UGC) ჟურნალისტური გამოყენების წესს განსაზღვრავს.⁴
- ▶ ყალბი ანგარიშების ან ბოტების იდენტიფიცირება და წაშლა,⁵⁶
- ▶ დადასტურება, თუ რამდენად შეესაბამება ვიზუალური შინაარსი პირველწყაროს,
- ▶ შინაარსის ჩაწერისა და ატვირთვის დროის იდენტიფიცირება,
- ▶ ფოტოების და ვიდეოების გეოლოკაციის დადგენა.

საწყისი შინაარსის იდენტიფიცირება და გადამოწმება საშუალებას აძლევს ჟურნალისტებს, მოიპოვონ ნებართვა მომხმარებლის მიერ გენერირებული შინაარსი (UGC) ეთიკური და სამართლებრივი მოთხოვნების დაცვით გამოქვეყნებაზე.



მონახაზი

ბილ კოვაჩი და ტომ როზენსტილი, ჟურნალისტიკის ელემენტებში⁷ აცხადებენ: “საბოლოოდ, ვერიფიკაციის დისციპლინა არის ის, რაც ჟურნალისტიკას გართობისგან, პროპაგანდისგან, მხატვრული ნაწარმოებისა და ხელოვნებისგან განასხვავებს... ჟურნალისტიკა, პირველ რიგში, ფოკუსირებულია იმაზე, რაც მოხდა...” ეს მოდული “ვერიფიკაციის დისციპლინას” თანამედროვე კონტექსტში განიხილავს.

¹ Alejandro, J. (2010). *Journalism In The Age Of Social Media*. Reuters Institute Fellowship. ხელმისაწვდომია: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%2520of%2520Social%2520Media.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

² Paulussen, S. & Harder, R. (2014). *Social Media References in Newspapers*. Journalism Practice, 8(5), გვ. 542-551.

³ მეშვიდე მოდულში ამ პრობლემის და მისი გადაჭრის გზების დეტალური განხილვაა მოცემული.

⁴ იხ. ონლაინ ინფორმაციის ასოციაციის UGC-ის ეთიკური გზამკვლევი: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [წვდომა 21/11/2020].

⁵ Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [წვდომა 21/11/2020].

⁶ Joseph, R. (2018). Guide. *How to verify a Twitter account*. Africa Check. ხელმისაწვდომია: <https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/> [წვდომა 21/11/2020].

⁷ Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

სოციალურმა მედიამ ჟურნალისტიკის პრაქტიკა შეცვალა. რეალურ დროში აუდიტორიის ჩართულობამ კონტენტის გარე მომწოდებლებისგან შექმნას (ქრედიტორსინგს) შეუწყო ხელი და ახლა აუდიტორიას შეიძლება გაუქების ისეთი ფუნქცია გადაეცეს, როგორც გადამოწმება.⁸ მიუხედავად იმისა, რომ ჟურნალისტიკა არსებითად ვერიფიკაციის დისციპლინად რჩება⁹, შინაარსისა და წყაროების გადამოწმების მეთოდები მუდმივ განახლებას საჭიროებს, რათა სწრაფად ცვალებადი ციფრული ტექნოლოგიების, ონლაინ ქცევისა და ინფორმაციის შეგროვების პრაქტიკის გავლენა ასახოს. მაგალითად, 'ღია გადამოწმების' კონცეფციამ, რომელიც საჯარო, თანამშრომლობით, რეალურ დროში გადამოწმების პროცესს გულისხმობს, აღმოცენება არაბული გაზაფხულის პერიოდში დაიწყო. თუმცა, ეს პროცესი სადავოდ იმ რისკის გამო მიიჩნევა, რომელიც მცდარი ინფორმაციის ვირუსულად გავრცელებას უკავშირდება, მისი საჯარო სივრცეში ეტაპობრივი, ნაბიჯ-ნაბიჯ გადამოწმების საპირწონედ (მაგალითად, ჟურნალისტი გადამოწმებულ ინფორმაციას ვერიფიკაციის მიზნით გარე აუდიტორიას უზიარებს).¹⁰

დღეს თვითმხილველთა ცნობები და ვიზუალური მასალა ჟურნალისტებისა და გამომცემლებისთვის მაღალი გავლენის მქონე ამბების გადმოსაცემად ყველაზე მნიშვნელოვანი და დამატერებელი ინსტრუმენტების ნუსხაშია. საგანგებო ამბების სცენარში სისწრაფე სოციალური მედიით გავრცელებული ინფორმაციის გადამოწმების დროს გადამწყვეტი ფაქტორია.¹¹

ჟურნალისტებმა მოზღვავებული ინფორმაციის ნაკადში ნავიგაცია უნდა შეძლონ, რათა სასურველ წყაროს, ინფორმაციასა და ვიზუალს მიაგნონ. სოციალურ პლატფორმებზე ატვირთული ვიზუალური შინაარსის (ფოტო, ვიდეო და GIF) რაოდენობის სწრაფი ზრდა სამი ძირითადი ფაქტორით არის განპირობებული:

- ▶ ფოტოკამერიანი სმარტფონების და მობილური ტელეფონების გავრცელება მთელს მსოფლიოში,¹²
- ▶ მზარდი წვდომა იაფფასიან (და ზოგ ადგილას, უფასო) მობილურ ინტერნეტზე,
- ▶ გლობალური სოციალური ქსელებისა და გზავნილების პლატფორმების ზრდა, რომლებიც გამოქვეყნებისა და აუდიტორიის შექმნის შესაძლებლობას ნებისმიერს აძლევს.

ბევრი საგანგებო ამბის დროს, პირველი ცნობა, ფოტო და ვიდეო კადრები ინციდენტის ადგილიდან - იქნება ეს პროტესტი, მატარებლის შეჯახება, ქარიშხალი, თუ ტერორისტული თავდასხმა - როგორც წესი თვითმხილველის, ინციდენტის მონაწილის ან დამკვირვებლის სმარტფონის საშუალებით ვრცელდება. ამ შინაარსის გადამოწმების ტექნიკა განსხვავებულია რედაქციის რესურსების, ნორმებისა და სტანდარტების, ასევე ჟურნალისტების პირადი პრაქტიკის გათვალისწინებით. ეს მოდული სტუდენტებს ზოგიერთი საუკეთესო პრაქტიკის მეთოდს, ონლაინ ინსტრუმენტებსა და რესურსებს გააცნობს, თუმცა ამავე დროს გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად ინსტრუმენტებიც სწრაფად ვითარდება.¹³

ნებისმიერ გადამოწმებას კოვჩის და როზენსტილის შემოთავაზებული (2014)¹⁴ ზოგიერთი ზოგადი სახელმძღვანელო პრინციპიე მიესადაგება:

⁸ Carvin, A. (2012). *Distant witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

⁹ Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Op cit

¹⁰ Posetti, J. & Silverman, S. (2014). *When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification* at Mediashift July 24th, 2014. ხელმისაწვდომია: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [წვდომა 21/11/2020].

¹¹ Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). *Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media*. Journalism Practice, 10(3), გვ. 323-342.

¹² იხ. სლაიდი 5 მერი მიკერის ინტერნეტის ტენდენციების ანგარიშში. <https://www.kleinerperkins.com/perspectives/internet-trends-report-2017/> [წვდომა 21/11/2020].

¹³ Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). *Identifying and Verifying News through Social Media*. Digital Journalism, 2(3), გვ.406-418.

¹⁴ Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

- ▶ დაარედაქტირე სკეპტიკურად,
- ▶ აწარმოე სიზუსტის გადამოწმების საკონტროლო სია,
- ▶ არაფერი დაასკვნა - არ შეგაცდინოს “სიმართლესთან”¹⁵ ასოცირებულმა ნიშნებმა,
- ▶ სიფრთხილით მოეკიდე ანონიმურ წყაროებს.

ინფორმაციის ან ვიზუალის პირველწყაროს იდენტიფიცირებით და შემოწმების სისტემის როგორც წყაროს, ასევე გაზიარებულ შინაარსთან მიმართებაში გამოყენებით, თქვენ უნდა შეძლოთ მასალის წყაროს გადამოწმება, რაც საჭირო შედეგს უზრუნველყოფს.¹⁶

ეს შემოწმებები იმეორებს იმ სამუშაოს, რომელიც ჟურნალისტმა მოვლენის ეპიცენტრში ფიზიკური ყოფნისას, თვითმხილველებთან ინტერვიუს აღებით შეიძლება შეასრულოს. ჟურნალისტი, რომელსაც შეუძლია პირისპირ ინტერვიუს აღება, თვითმხილველის ნათქვამს სკრუპულოზურად შეამოწმებს, მნიშვნელოვან დეტალებს მიჰყვება და ფაქტების გადამოწმების საფუძველზე დაასკვნის, თუ რამდენად სანდოა ეს ნაამბობი. ქცევაზე დაკვირვებისას ნაწილობრივ შეიძლება ინსტინქტიც დაგვეხმაროს. წყაროს ციფრულად დადასტურების პროცესმა დასკვნების გაკეთება შესაძლებელი უნდა გახადოს, თუნდაც იმ შემთხვევაში, როცა უშუალოდ პირთან საუბარი, ან რეალურ დროში საუბარი შეუძლებელია.¹⁷

ბევრ დიდ რედაქციას ჰყავს გუნდები და აქვს ძვირადღირებული ტექნოლოგიები ან სააგენტოები, რომლებიც მსგავსი შინაარსის რაც შეიძლება სწრაფად მოძიების სერვისს უზრუნველყოფენ¹⁸, ამასთანავე გამოქვეყნებისა და მაუწყებლობის ლიცენზიას მოიპოვებენ და შინაარსს გამოქვეყნებამდე ამოწმებენ. უფრო მცირე ზომის რედაქციების უმეტესობას და ბევრ ინდივიდუალურ ჟურნალისტს მსგავსი რესურსები არ აქვთ¹⁹, რის გამოც, სანდოობის დასადგენად, საკუთარ განვითარებად, სისტემურ მეთოდოლოგიას ეყრდნობიან.²⁰

რატომ არის წყაროსა და ვიზუალის გადამოწმება ასეთი მნიშვნელოვანი? მარტივად რომ ვთქვათ, ეს კარგი ჟურნალისტიკაა. დღევანდელ ციფრულ სამყაროში ბოროტი განზრახვის მქონე აქტორებისთვის დამაჯერებელი და რთულად ამოსაცნობი სიყალბის შექმნა და გაზიარება მარტივია. არაერთი შემთხვევაა, როდესაც პროფესიონალმა ჟურნალისტებმა და რედაქციებმა მათი რეპუტაცია ყალბი პირების შეცდომაში შეყმვანი ინფორმაციის, ფოტოსა და ვიდეოს გადაზიარებითა და გამოქვეყნებით დააზიანეს. ზოგ შემთხვევაში მათ სატირული შინაარსის არასწორი ინტერპრეტირება მოახდინეს, როდესაც ის როგორც ფაქტი გააზიარეს და გამოაქვეყნეს.²¹

პრობლემას ინტერნეტში ხელმისაწვდომი ვიზუალური შინაარსის მოცულობაც ართულებს. ყველა მათგანი შესაძლებელია კონტექსტიდან ამოიღონ და ახალ ინფორმაციაში გამოიყენონ, როგორც ყოველდღიურად მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ვხედავთ - ტყუილებით, რომელთაც პოლიტიკოსები და პროფესიონალი ჟურნალისტები შეცდომაში შეჰყავთ.

¹⁵ Zimmer, B (2010). “Truthiness”, The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/10/17/magazine/17FOB-onlanguage-t.html> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁶ Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [online] Medium. ხელმისაწვდომია: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁷ Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

¹⁸ Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, გვ. 2451-2460. ხელმისაწვდომია: <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁹ Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. Digital Journalism, 2(3), გვ. 406-418. ხელმისაწვდომია: https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/3071/1/IDENTIFYING_AND_VERIFYING_NEWS_THROUGH_SOCIAL_MEDIA.pdf [წვდომა 21/11/2020].

²⁰ Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

²¹ Deutsche Welle (2018) Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate (22/02/2018) ხელმისაწვდომია ბმულზე: <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [წვდომა 21/11/2020].

თუმცა, არსებობს მრავალი ნაბიჯი, რომელთა გადადგმაც შესაძლებელია იმ წყაროს სანდოობის შესაფასებლად, რომელსაც რაიმე ამბავი ან შინაარსი აქვს გასაზიარებელი. უნდა დაისვას მნიშვნელოვანი კითხვები, ზოგი პირდაპირ, ზოგ შემთხვევაში გამოყენებული უნდა იყოს გამოძიების შედეგად მოპოვებული მტკიცებულებები. გადამოწმების ინსტრუმენტების გამოყენებით შეიძლება დადგენა, საიდან გაავრცელა ინფორმაცია წყარომ; წყაროს დადგენა ასევე შესაძლებელია მისი სოციალური მედიის ისტორიის გაანალიზებით იმ ნიშნების მოსაძიებლად, რომლებიც კონკრეტულ ადგილსა და დროს მისი ყოფნის შესაძლებლობაზე მიუთითებს. სხვა მომხმარებლებთან მათი ინტერაქციის ისტორიის შესწავლა და პოსტებთან დაკავშირებული კონტენტის შემოწმება ასევე უწყობს ხელს არაავტომატიზირებული გადამოწმების პროცესს და შესაძლებელია, ბოტების მიერ გაზიარებული ინფორმაციის აღმოფხვრასაც წაადგეს.

სკეპტიკური რედაქტირება აუცილებელია, მაგრამ ინდივიდების უმრავლესობა, რომლებიც მოვლენების ეპიცენტრში ხვდებიან და თავიანთ ისტორიებს აზიარებენ, მიზნად ვინმეს მოტყუებას არ ისახავენ - ისინი უბრალოდ თავიანთ გამოცდილებას აზიარებენ. მცდარი ინფორმაციის გაჩენა ყოველთვის არ ნიშნავს, რომ ის მავნეა. ამის ნაცვლად, შეიძლება უბრალოდ ინდივიდს არ შეუძლია მოვლენების ზუსტად გახსენება ან შესაძლოა, მან ამბის შელამაზება გადაწყვიტა. ეს შეიძლება ფიზიკური, პირისპირ ინტერვიუს ჩატარების დროსაც მოხდეს, რადგან დანაშაულის ან უბედური შემთხვევების ადგილებიდან წინააღმდეგობრივ გაშუქებასა და განცხადებებში ხშირად ტრავმირებული მოწმეების ან დაზარალებულების ჩვენებები ერთმანეთისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდება.

მიუხედავად იმისა, რომ შეუძლებელია სრული სიზუსტით დადგინდეს ვიზუალური შინაარსის წარმომავლობა, არსებობს უამრავი "წითელი სიგნალი", რომელიც მარტივი გადამოწმების გზით შესაძლოა გამოვლინდეს და ითხოვს პასუხებს შემდეგ შეკითხვებზე:

- ▶ არის თუ არა კონტენტი ავთენტური, თუ ის სხვა მასალიდანაა და მისი ხელმოწერა გამოყენება შეცდომაში შემყვანია?
- ▶ იყო თუ არა შინაარსი რაიმე გზით ციფრულად დამუშავებული?²²
- ▶ შეგვიძლია თუ არა მეტამონაცემების გამოყენებით ფოტო/ვიდეო მასალის დროის და ადგილის დადგენა?
- ▶ შეგვიძლია თუ არა ფოტო/ვიდეო მასალის დროისა და ადგილის დადგენა ვიზუალზე არსებული მინიშნებებით?

წითელი სიგნალების საპოვნელად, ჩვენ ასევე გვჭირდება მცდარი ან შეცდომაში შემყვანი ვიზუალური შინაარსის ტიპოლოგიის ცოდნა:

- ▶ **არასწორი დრო/არასწორი ადგილი:** შეცდომაში შემყვანი ვიზუალის ყველაზე გავრცელებული სახეობა ძველი ვიზუალის ახალი მოვლენის აღწერილობით გავრცელებაა. ასეთ შემთხვევებში შინაარსის ვირუსული გავრცელება, რომელიც იოლად მოსაზრებელია, ხშირად შემთხვევითობითაა განპირობებული, თუმცა პროცესის შემობრუნება მარტივი არ არის.²³
- ▶ **მანიპულირებული შინაარსი:** შინაარსი, რომელიც ციფრულად დამუშავებულია ფოტოებისა და ვიდეოების რედაქტირების პროგრამების საშუალებით.
- ▶ **დადგმული შინაარსი:** ავთენტური შინაარსი, რომელიც შეიქმნა ან გაზიარდა შეცდომაში შეყვანის მიზნით.²⁴

²² ამერიკაში, ფლორიდის შტატ პარკლენდის სკოლაში მასობრივი სროლის დროს გადარჩენილი მოსწავლეები, რომლებმაც იარაღის კონტროლის წინააღმდეგ ეროვნული პროტესტი დააორგანიზეს, მიკერძოებული სოციალური მედია არხების მანიპულაციურ ფოტოებში გამოჩნდნენ https://www.buzzfeed.com/janelytyvnenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#jhe2YvV44. [წვდომა 21/11/2020].

²³ ვიდეო, რომელიც წარმოდგენილი იყო, როგორც ინდოეთში ბენგალურის საერთაშორისო აეროპორტში წყალდიდობის ამსახველი კადრები, სინამდვილეში მექსიკის აეროპორტში წყალდიდობის ძველი ვიდეო აღმოჩნდა.

²⁴ როგორც ბარაკ ობამას ეს ვიდეო აჩვენებს, ხელოვნური ინტელექტი და ვიდეოს რედაქტირების დახვეწილი ინსტრუმენტები, ყალბი ვიდეოს იდენტიფიცირებას ართულებს: <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [წვდომა 21/11/2020].

ამ მოდულში სტუდენტები ისწავლიან და პრაქტიკულ გამოცდილებას მიიღებენ წყაროებისა და შინაარსის გადამოწმების (სლაიდები, მათ შორის ინსტრუქტორების ჩანაწერები და დამატებითი საკითხავი მასალა) საბაზისო ინსტრუმენტებსა და ტექნიკაში, როგორიცაა:²⁵

Facebook ანგარიშის ანალიზი: Intel Teqniques-ის²⁶ ონლაინ ინსტრუმენტის გამოყენებით თქვენ შეგიძლიათ წყაროს შესახებ მეტი ინფორმაციის მოპოვება, მათი Facebook ანგარიშის გაანალიზების გზით.

Twitter ანგარიშის ანალიზი: Africa Check-ის გზამკვლევის გამოყენებით თქვენ შეგიძლიათ წყაროს შესახებ მეტი ინფორმაციის მოპოვება, სოციალური ქსელის ისტორიის ანალიზითა და შესაბამისად იმის დადგენით, გავრცელა თუ არა ეს ტვიტი ბოტმა.²⁷

ფოტოს უკუძიება: Google-ის ფოტოს უკუძიების²⁸, TinEye-ის²⁹ ან RevEye-ის³⁰ საშუალებით შეგიძლიათ ნახოთ, არის თუ არა ძველი ფოტო ხელმეორედ გამოყენებული, ახალი განაცხადის ან მოვლენის აღსაწერად. Reverse image search-ი საშუალებას გაძლევთ, ნახოთ ერთი ან მეტი მონაცემთა ბაზა (მილიარდობით ფოტოთი) მოიცავს თუ არა ფოტოს უახლეს ვერსიას. თუ ძიების შედეგი გაჩვენებთ, რომ ფოტო განაცხადის გაკეთებამდე არსებობდა, ეს უკვე მნიშვნელოვანი სიგნალია და სავარაუდოდ სურათი ძველი მოვლენიდანაა აღებული და ხელმეორედ გამოყენებული. თუ ძიება შედეგს არ იძლევა, ეს არ ნიშნავს, რომ სურათი ავთენტურია და საჭიროა დამატებითი ძიება.

YouTube Data Viewer: მართალია, საჭაროდ ხელმისაწვდომი ვიდეოს უკუძიება არ არსებობს, თუმცა ინსტრუმენტებს, როგორიცაა Amnesty's YouTube Data Viewer-ი,³¹ InVID-ი³² და NewsCheck³³ შეუძლიათ YouTube-ის ვიდეოების კადრები (thumbnail) გამოავლინონ და სურათის უკუძიებით გაარკვიონ, არის თუ არა ვიდეოს ადრეული ვერსიები ატვირთული. (ინსტრუმენტები ასევე ატვირთვის ზუსტ დროსაც აჩვენებენ.)

EXIF Viewer: EXIF-ის მეტამონაცემები მიიღებულია ვიზუალურ შინაარსზე, რომელიც ციფრული კამერებისა და ტელეფონების მიერ გადაღების დროს დაფიქსირებულ დიდი რაოდენობის მონაცემებს მოიცავს. ეს შეიძლება იყოს დრო და თარიღი, ადგილმდებარეობის მეტამონაცემები, მოწყობილობის და განათების დაყენების მონაცემები. ამდენად EXIF მეტამონაცემები ძალიან კარგი დამხმარე საშუალებაა ვერიფიკაციის პროცესში, მაგრამ მისი მთავარი შეზღუდვა არის ის, რომ სოციალური ქსელები ვიზუალური კონტენტიდან მეტამონაცემებს შლის. ეს იმას ნიშნავს, რომ Twitter-ზე ან Facebook-ზე გაზიარებული სურათები EXIF მონაცემებს არ უჩვენებს. თუმცა, თუ თქვენ შეძლებთ ფოტოს ამტვირთავისგან ორიგინალი სურათის ფაილის მოპოვებას, მაშინ EXIF მონაცემების კონტენტის გადამოწმებისთვის გამოყენება შესაძლებელი იქნება. აღსანიშნავია ასევე ისიც, რომ EXIF მონაცემების მოდიფიცირებაც შესაძლებელია, ამიტომ შემდგომი გადამოწმებაცაა საჭირო.

მონაწილეები გაეცნობიან უფრო განვითარებული ტექნიკების საბაზისო საკითხებს, დამატებითი საკითხავი რესურსებითა და წარმოდგენილი მაგალითებით. ეს ტექნიკა მოიცავს შემდეგ საკითხებს:

²⁵ გაითვალისწინეთ, რომ ინფორმაციის ინსტრუმენტები ვითარდება და ინსტრუქტორსა და მონაწილეებს შეუძლიათ ახალი ტექნოლოგიები და ტექნიკები ერთობლივად გამოსცადონ.

²⁶ ხელმისაწვდომია: <https://inteltechniques.com/blog/2018/06/22/facebook-tools-update/> [წვდომა 21/11/2020].

²⁷ Joseph (2018). Op cit <https://inteltechniques.com/>

²⁸ როგორ გამოვიყენოთ გუგლის ფოტოს უკუძიება: <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [წვდომა 21/11/2020].

²⁹ ეწვიეთ <https://www.tineye.com/> [წვდომა 21/11/2020].

³⁰ <http://squobbles.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [წვდომა 21/11/2020].

³¹ როგორ გამოვიყენოთ Amnesty-ის YouTube Data Viewer-ი: <https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/youtube-data-viewer/> [წვდომა 21/11/2020].

³² InVID-ის ვიდეოს გადამოწმების ხელსაწყო ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/> [წვდომა 21/11/2020].

³³ NewsCheck-ის შესახებ: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [წვდომა 21/11/2020].

- ▶ **გეოლოკაცია:** გეოლოკაცია არის ვიდეოს ან სურათის გადაღების ადგილის დადგენის პროცესი. სათანადო მეტამონაცემების არსებობის შემთხვევაში, ეს შეიძლება იოლად მოხერხდეს: EXIF მონაცემები მობილური ტელეფონებიდან ხშირად აჩვენებს კოორდინატებს და სოციალური ქსელის კონტენტს (მაგალითად, Instagram, Facebook და Twitter), რომელსაც შემთხვევით 'ლოკაციით ნიშნავს (თევი)' (აქ გასათვალისწინებელია ის, რომ ეს მეტამონაცემები რედაქტირებას ექვემდებარება და შეიძლება შეცდომაში შემყვანი აღმოჩნდეს). ხშირად, გეოლოკაცია მოითხოვს ვიზუალური მახასიათებლებისა და ორიენტირების ჯვარედინ მითითებას სატელიტურ სურათებთან, ქუჩის ხედებსა და სხვა წყაროებში ხელმისაწვდომ ვიზუალთან (როგორიცაა Twitter, Instagram, Facebook და YouTube).
- ▶ **ამინდის გადამოწმება:** წყაროს, როგორიცაა WolframAlpha,³⁴ შეუძლია ამინდის ისტორიული მონაცემების ჩვენება, რაც სურათზე მოცემული ამინდის ისტორიულ ჩანაწერებთან შედარებას და გადამოწმებას ხდის შესაძლებელს (არის თუ არა ვიდეოში ნაჩვენები წვიმა, ისეთ დღეს, როცა მეტეოროლოგიური წყაროს მიერ ნალექი დაფიქსირებული არ ყოფილა?).
- ▶ **ჩრდილის ანალიზი:** ფოტოსა და ვიდეოს კვლევის ერთ-ერთი გზა არის თავად ვიზუალის ნებისმიერი ხილული ჩრდილის შესწავლა (არის თუ არა ჩრდილები იქ, სადაც მოსალოდნელია, რომ იყოს ან რამდენად შესაბამისობაშია ჩრდილები განათებასთან?)
- ▶ **სურათის ექსპერტიზა:** ზოგ ინსტრუმენტს შეუძლია სურათის მეტამონაცემებთან შეუსაბამობა დაადგინოს, რაც მანიპულაციაზე მიუთითებს. ამ ტექნიკების სანდოობა კონტექსტსა და მათ გამოყენებაზე დამოკიდებული, თუმცა ინსტრუმენტებს, როგორიცაა Forensically³⁵, Photo Forensics³⁶ და IziTru³⁷ შეუძლიათ კლონირების დადგენა და ცდომილების ხარისხის ანალიზი, რამაც შეიძლება მნიშვნელოვანი ინფორმაცია მოგვაწოდოს.



მოძღვის მიზნები

- ▶ თანამედროვე ჟურნალისტიკაში სოციალური ქსელების საშუალებით გაზიარებული მომხმარებლის მიერ გენერირებული შინაარსის (UGC) როლისა და თანმხლები რისკების და ნაკლოვანებების შესახებ ცნობიერების ამაღლება.
- ▶ ცოდნის ამაღლება, თუ რა მნიშვნელობა აქვს ამბის პირველწყაროზე წვდომას და ინფორმაციას, რომელიც პირველწყაროს ეფუძნება, ასევე გადამოწმების ამ პროცესს.
- ▶ გაცნობიერება, რომ მომხმარებლის მიერ გენერირებული შინაარსიც (UGC) საჭიროებს გადამოწმებას და სხვადასხვა სახის ყალბი და შეცდომაში შემყვანი შინაარსის გამორიცხვას.
- ▶ ცნობიერების ამაღლება სურათების და ვიდეოს გადამოწმებისთვის გამოყენებული ძირითადი მეთოდების შესახებ და ყალბი ვიზუალური შინაარსის გამოვლენისთვის.



სწავლების შედეგები

1. თანამედროვე ჟურნალისტიკაში მომხმარებლის მიერ გენერირებული კონტენტის (UGC) მნიშვნელობის სიღრმისეული გაცნობიერება,
2. ციფრული მასალის გადამოწმების აუცილებლობის გააზრება,

³⁴ WolframAlpha-ს ინსტრუმენტი ხელმისაწვდომია ბმულზე: <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [წვდომა 22/11/2020].

³⁵ Wagner, J. (2015). *Forensically, Photo Forensics for the Web*. [Blog] 29a.ch. ხელმისაწვდომია <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [წვდომა 21/11/2020].

³⁶ FotoForensics-ის ინსტრუმენტი ხელმისაწვდომია: <http://fotoforensics.com/> [წვდომა 22/11/2020].

³⁷ IziTru აღარ არის ხელმისაწვდომი <https://www.izitru.com/> [ბოლო წვდომა 22/04/2018].

3. ცოდნა და ტექნიკური გაგება, თუ როგორ შეიძლება ინსტრუმენტების გამოყენებით საწყისი წყაროს გადამოწმება,
4. ფოტოსა და ვიდეო მასალის ბაზისური ვერიფიკაციის ეტაპების განხორციელების უნარი,
5. გადამოწმების პროცესში საჭირო მონიწივე ტექნიკებისა და მეტამონაცემების შესახებ ცოდნა,
6. ცოდნა მომხმარებლის მიერ გენერირებული შინაარსის (UGC) და სხვა ონლაინ კონტენტის გამოყენების უფლების და შესაძლებლობის შესახებ.



მოდულის ფოხმაგი

ეს მოდული 60 წუთიან თეორიულ ლექციად და 120 წუთიან, სამ ნაწილად დაყოფილ პრაქტიკულ მეცადინეობად არის წარმოდგენილი. თუმცა საკითხის პრაქტიკული ხასიათიდან გამომდინარე, შესაძლებელია უფრო ხანგრძლივი ინტერაქციული სემინარის პრაქტიკული სავარჯიშოებით ჩატარება, რაც პრეზენტაციის ნაწილს შეავსებს.

თეორიული: ზემოთ მოცემული ჩანაწერების გამოყენებით, ვერიფიკაციის შესახებ ლექციის მომზადება, რომელიც ციფრულ ეპოქაში ჟურნალისტური მეთოდების შემადგენელ ნაწილად, თუმცა მუდმივად განვითარებადად, განიხილება.

პრაქტიკული: 120 წუთიანი პრაქტიკული სესია ინტერაქციულ დემონსტრირებასა და სემინარს მოიცავს. ის შესაძლებელია 3 განსხვავებულ ნაწილად დაიყოს.

პედაგოგებმა უნდა გამოიყენონ ზემოთ მოცემული ჩანაწერები და იმუშაონ სლაიდებზე, რომელთა ჩამოტვირთვა ქვემოთ მოცემული ბმულებიდან არის შესაძლებელი. გაითვალისწინეთ, რომ სლაიდებს თან ერთვის ჩანაწერები ინსტრუქტორებისთვის:

- i. **წყაროს იდენტიფიცირება და გადამოწმება.** წყაროს სოციალური ქსელის ისტორიის შემოწმება: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- ii. **ვიზუალის გადამოწმების საფუძვლები.** ტიპური ყალბი სურათი და ბაზისური გადამოწმების ნაბიჯები: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- iii. **უფრო გაფართოებული გადამოწმება.** შინაარსის ანალიზის მიდგომები, მათ შორის მეტამონაცემების ანალიზი და გეოლოკაცია: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

გეგმის დაკავშირება სწავლის შედეგებთან

A. თეორიული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
ლექცია: წინაისტორია & ვერიფიკაციის თეორია და მეთოდების განვითარება	1 საათი	1, 2, 6

B. პრაქტიკული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
i) წყაროს გადამოწმება-სოციალური მედია (სავარჯიშო)	30 წუთი	2, 3
ii) სურათის უკუძიება (ჩვენება & სავარჯიშო)	15 წუთი	2, 3, 4
ii) ვიდეოს ანალიზი (ჩვენება)	30 წუთი	2, 3, 4
iii) სხვადასხვა ტიპის მეტამონაცემის გაცნობა (ჩვენება)	15 წუთი	2, 5
iii) გეოლოკაცია (ჩვენება + სავარჯიშო)	20 წუთი	2, 4, 5
iii) ამინდი, ჩრდილები და სურათის ექსპერტიზა (ჩვენება)	10 წუთი	2, 4, 5



შემოთავაზებული დავალება

- ▶ მონაწილეებმა წყაროს გადამოწმების სამუშაოები ზოგადი შაბლონის მე-8 სლაიდის გამოყენებით უნდა ჩაატარონ. მონაწილეებმა მათი სამუშაო ადგილის მიხედვითან რეალური როლი უნდა მოიგონ ან იმ მედია საშუალების, რომელსაც კარგად იცნობენ.
- ▶ შეარჩიეთ პოპულარულ ადამიანთან დაკავშირებული სოციალური მედია ანგარიში და სთხოვეთ მონაწილეებს, წარმოდგენილი ინსტრუმენტები გამოიყენონ, რათა მისი ავთენტურობა დაადგინონ, ასევე ამ ანგარიშთან დაკავშირებულ არავთენტურ სხვა ანგარიშებს მიაკვლიონ.
- ▶ შეარჩიეთ და გაუზიარეთ მონაწილეებს ფოტოს ფაილი და სთხოვეთ მათ, ონლაინ EXIF viewer-ის და Reverse Image Search-ის საშუალებით, გარკვეული ინფორმაციის იდენტიფიცირება მოახდინონ, რათა საწყისი წყაროს დადგენა შეძლონ.



მასაღა

სლაიდები

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf



წყაროების გადამოწმება

- Ayala Iacucci, A. (2014). *Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook*. European Journalism Centre. <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php>. [წვდომა 21/11/2020].
- Bell, F. (2015). *Verification: Source vs. Content, First Draft News*. <https://medium.com/@ferg/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [წვდომა 21/11/2020].
- Carvin, A. (2013), *Distant Witness*, CUNY Journalism Press. <http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/> [წვდომა 21/11/2020].
- Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content*. <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [წვდომა 21/11/2020].
- Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots, First Draft News*. <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/> [წვდომა 21/11/2020].

ვიდეო

- Real or Fake: How to verify what you see on the internet*. (2015). France24. <https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=youtu> [წვდომა 21/11/2020].
- Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes*, MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2018/08/07/66640/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [წვდომა 21/11/2020].

თვითმხილველთა მასაღა

- Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in online newspaper sites*. Eyewitness Media Hub. ხელმისაწვდომია <http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf> [წვდომა 21/11/2020].
- Hermida, A. (2013). *#JOURNALISM*. Digital Journalism, 1(3), გვ.295-313.
- Koettl, C. (2016, January 27). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners*. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508>. [წვდომა 21/11/2020].
- Kuczerawy, A. (2016, December 16). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem*. <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [წვდომა 21/11/2020].
- Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake*. <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518>. [წვდომა 21/11/2020].
- Online News Association: UGC Ethics Guide <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [წვდომა 21/11/2020].
- Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. ხელმისაწვდომია <https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo>. [წვდომა 21/11/2020].
- Rohde, D. (2013). *Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/> [წვდომა 21/11/2020].
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowicz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, published in Journalism Practice, 7(6).
- Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma*. <https://www.buzzfeednews.com/article/janeltyvynenko/irma-misinfo> [წვდომა 21/11/2020].
- Wardle, C. (2015). *7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on*. <https://firstdraftnews.org/latest/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/> [წვდომა 21/11/2020].
- Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output*. <http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/> [წვდომა 21/11/2020].
- Zdanowicz, C. (2014). *"Miracle on the Hudson" Twitpic changed his life*. <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html>. [წვდომა 21/11/2020].

გამოსახულების უკუძებნა

- First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos* https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf [წვდომა 21/11/2020].
- First Draft News. *Visual Verification Guide - Video* https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf [წვდომა 21/11/2020].
- Suibhne, E. (2015). Baltimore “looting” tweets show importance of quick and easy image checks. <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e> [წვდომა 21/11/2020].
- Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*. <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/> [წვდომა 21/11/2020].

YouTube Data Viewer

- First Draft News. (n.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video* <https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/youtube-data-viewer/> [წვდომა 21/11/2020].
- Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*. <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [წვდომა 21/11/2020].

მეტამონაცემების ანალიზი

- Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee’s Downfall*. <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/>
- Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. <https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/> [წვდომა 03/04/2018].
- Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. <https://www.bbc.com/future/article/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake> [წვდომა 21/11/2020].

შინაარსის ანალიზი

- Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war*. Medium. <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3> [წვდომა 21/11/2020].
- Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - A Pointless Shadow Analysis*. <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html> [წვდომა 03/04/2018].
- Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - The JFK Zapruder Film*. <http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html> [წვდომა 21/11/2020].
- Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur*. <https://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/> [წვდომა 21/11/2020].
- First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive*. <https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/> [წვდომა 21/11/2020].
- Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba> [წვდომა 21/11/2020].

ონლაინ რესურსები

- First Draft Interactive: *Geolocation Challenge*. <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/> [წვდომა 21/11/2020].
- First Draft Interactive: *Observation Challenge*. <https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/> [წვდომა 21/11/2020].
- First Draft Online *Verification Course*. <https://firstdraftnews.org/training/> [წვდომა 21/11/2020].

ონლაინ თავდასხმის წინააღმდეგ ბრძოლა: როცა სამიზნე ჟურნალისტები და მათი წყაროებია

ჯედი პოზეტი



მოდული 7



სინოფსისი

დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის¹ მხრიდან სანდო ჟურნალისტიკისა და სარწმუნო ინფორმაციისთვის ზიანის მიყენების პრობლემა სოციალური მედიის ეპოქაში განსაკუთრებით გამძაფრდა. შედეგად სხვა ქმედებებთან ერთად, ჟურნალისტები და სხვა ონლაინ გამომცემლები, მათ წყაროებთან ერთად, რომლებიც ინფორმაციის და კომენტარის გადამოწმებას ან გაზიარებას ცდილობენ, თავდასხმის სამიზნეები მიზანმიმართულად ხდებიან. ამ პროცესის თანმდევი რისკები შეიძლება ჟურნალისტიკაში ნდობის კიდევ უფრო ღრმა ეროზიას და ჟურნალისტებისა და მათი წყაროების უსაფრთხოების გამოწვევებს უკავშირდებოდეს.

ზოგიერთ შემთხვევაში, ჟურნალისტები ყალბი მხარდამჭერების მობილიზების კამპანიის 'ასტროტერფინგის' ('astroturfing')² და 'ტროლინგის'³ სამიზნეები ხდებიან - რაც „ჟურნალისტების შეცდომაში შეყვანის, მცდარი ინფორმაციის მიწოდების, თავგზის აბნევის ან საფრთხის ქვეშ დაყენების“⁴ მიზანმიმართული მცდელობებია იმ ინფორმაციის გაზიარებით, რომელიც ჟურნალისტების ან მათი პოტენციური წყაროების ყურადღების გადატანის და ორიენტირის შეცვლის მიზნით არის შექმნილი. ალტერნატიულად, შესაძლოა, ჟურნალისტები შეცდომაში შეყვანის სამიზნედ იქცნენ, რათა მათ გააზიარონ არაზუსტი ინფორმაცია, რომელიც ფაქტების ცრუ ინტერპრეტაციას უწყობს ხელს, ან რომელთა სიყალბის გამჟღავნება ჟურნალისტიკაში (და იმ საინფორმაციო მედიისადმი, რომელთანაც ისინი ასოცირდებიან) ნდობას ამცირებს. სხვა შემთხვევებში, ისინი ციფრული საფრთხეების წინაშე არიან, რომლებიც მათი წყაროების გამოაშკარავების, მათი პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის დარღვევის რისკების ან გამოუქვეყნებელ მონაცემებზე წვდომის მიზნით ხორციელდება.

ასევე, არსებობს მთავრობების მიერ მობილიზებული 'ციფრული სიძულვილის რაზმების' ფენომენი, რომელიც კრიტიკული კომენტარებისა და გამოხატვის თავისუფლების ჩახშობის მიზნით იქმნება.⁵ შემდეგია ონლაინ შევიწროებისა და ძალადობის სერიოზული პრობლემა (ზოგჯერ არასწორად მას "ტროლინგის"⁶ იარაღისადაც აკერებენ), რომელიც ყველაზე ხშირად ქალების მიმართ ხორციელდება და მეტწილად ქალთა მიმართ სიძულვილით არის მოტივირებული. შედეგად ჟურნალისტები, მათი წყაროები და კომენტატორები შესაძლოა, ონლაინ თავდასხმების სამიზნე გახდნენ, მათი ქცევის შესახებ ყალბი ბრალდებების, მათი იდენტობის არასწორად წარმოჩენის ან ზიანის მიყენებით მუქარის გზით, რათა მათი დამცირება, ნდობის შერყევა, დისკრედიტაცია, მათგან ყურადღების გადატანა და გაშუქებისადმი ინტერესის დაკარგვა მოხდეს.⁷ ამ დროს, მსოფლიოს მრავალ ადგილას, ფიზიკურ სამყაროში, კრიტიკული გაშუქების ჩა-

¹ განმარტებისთვის იხ: Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking* (Council of Europe). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [წვდომა: 21/11/2020].

² "Astroturfing"-ი არის ტერმინი, რომლის წარმომავლობა ხელოვნური ბალახის საფარს უკავშირდება და რომელიც ბუნებრივი საფარის შთაბეჭდილების მოსახდენადაა შექმნილი. დეზინფორმაციის კონტექსტში ის გულისხმობს ყალბი ინფორმაციის გავრცელებას, აუდიტორიის და ჟურნალისტების სამიზნედ არჩევას, რათა მათი ყურადღების გადატანა და შეცდომაში შეყვანა მოხდეს, განსაკუთრებით პიროვნების, იდეის ან პოლიტიკის ყალბი მხარდამჭერის 'მტკიცებულების' ფორმით. ასევე იხილეთ ტექნოპედიის განმარტება: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [წვდომა: 21/11/2020].

³ Coco, G. (2012). *Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media* at Vice.com. https://www.vice.com/en_uk/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [წვდომა 30/03/2018].

⁴ Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhpapers> [წვდომა: 21/11/2020].

⁵ Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [წვდომა 21/11/2020].

⁶ შენიშვნა: 'ტროლინგი' ინტერნეტთან დაკავშირებით გამოყენებისას ნიშნავს ქმედებებს მსუბუქი დაცინვიდან მოყოლებული გაცურებითა და განზრახ მოტყუებით დასრულებული. თუმცა, ამ ტერმინს სულ უფრო ხშირად იყენებენ ონლაინ თავდასხმების ყველა ფორმის აღსანიშნად. ეს პოტენციურად პრობლემურია, რადგან ტერმინი სხვადასხვა აქტივობებს მოიცავს და პოტენციურად ამცირებს ონლაინ თავდასხმების სერიოზულობის ხარისხს.

⁷ მაგალითად იხ: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>

სახშობად თავდასხმები გრძელდება, რასაც დამატებით ონლაინ წაქეზება და დაშინება უფრო სარისკოს ხდის.

ჟურნალისტები, შესაძლოა, დეზინფორმაციული კამპანიის პირდაპირი მსხვერპლი გახდნენ, თუმცა მათ წინააღმდეგობის გაწევაც შეუძლიათ. ციფრული თავდაცვის გაძლიერებასთან ერთად, ბევრი პროაქტიულად ახდენს ამ თავდასხმების გამოვლენას და თავდამსხმელების იდენტიფიცირებას. არასამთავრობო ორგანიზაციებთან ერთად, მედია და ინფორმაციული წიგნიერების ინიციატივებში, საზოგადოების განათლების როლს იმის ასახსნელად, თუ რატომ უნდა დავიცვათ და გავუფრთხილდეთ ჟურნალისტიკას საინფორმაციო მედია ცენტრებს.



მონახაზი

საკითხის აღმოჩენა

i) "ტროლინგი" და 'ასტროტერფინგი' ანუ ყალბი მხარდამჭერების მობილიზების კამპანიის იდენტიფიცირება და მასზე რეაგირება⁸

ეს ფენომენი ჟურნალისტებისა და აუდიტორიის მოსატყუებლად ინდივიდებისა და მოვლენების გაყალბებას გულისხმობს, რასაც თან ახლავს ორგანიზებული სოციალური მედიის კამპანიები, რომლებიც ბუნებრივი საზოგადოებრივი რეაქციის იმიტაციას ცდილობენ. შესაძლებელია, რომელიც იყოს საგანგებო ინფორმაციის და ლეგიტიმური მოწმის ანგარიშების გარჩევა შინაარსისგან, რომელიც გაყალბებულია ან გამძაფრებულია უზუსტობებით, რომელთაც ადამიანი განზრახ შეჰყავს შეცდომაში ან ძირს უთხრის ჟურნალისტების და სხვა ონლაინ კომენტატორების სანდოობას, ასევე მათ საქმიანობას, როდესაც მათ მოტყუებით ყალბი ინფორმაციის გაზიარებაში ითრევის.

ამ ტიპის ქცევის მაგალითებია:

- ▶ კატასტროფის შედეგად დაზარალებულთა და ტერორისტული აქტის მსხვერპლების გაყალბება (იხ. მანჩესტერის დაბომბვების მაგალითი⁹), ხალხის შეცდომაში შეყვანა ისეთი შინაარსის გაზიარებით, რაც პოტენციურად ზიანს მიაყენებს ინდივიდების რეპუტაციას ან სანდოობას, მათ შორის ჟურნალისტების, რომლებიც შესაძლებელია ინფორმაციის გავრცელების დროს მონიშნონ (დათაგონ).
- ▶ საინფორმაციო ღირებულების მასალად ისეთი შინაარსის გამოქვეყნება, რომელიც გამოგონილ პერსონაჟებს შეიცავს, მაგალითად 'გეი გოგონა დამასკოში'¹⁰. 2011 წელს, მსოფლიოს მედიაში გააშუქა ინფორმაცია ბლოგერის დაკავების შესახებ, რომელიც სირიელ ლესბოსელად იყო წარმოდგენილი - ავტორი კი აღმოჩნდა ამერიკელი სტუდენტი, რომელიც უბრალოდ ქვეყნის გარეთ იმყოფებოდა. ავსტრალიის სამაუწყებლო კორპორაციის PM პროგრამის ჟურნალისტ ჯესი ჰილს სიუჟეტის მომზადება დაევალა. მისი თქმით, ტრადიციული გადამოწმების მეთოდებმა გადაცემაში ტყუილის ტირაჟირების პრევენციის საშუალება მისცა. "ჩვენ არ გავიშუქებთ მისი დაპატიმრების შესახებ ინფორმაციას ერთი მარტივი მიზეზის გამო - ვერ ვიპოვეთ ვერავინ, ვინც მას პირადად ციხეში შეხვდა - ვერც ნათესავები და ვერც პირადი მეგობრები. ორი დღე გავატარეთ ხალხის ძებნაში და ჩვენს სირიელ საკონტაქტო პირებს ვთხოვეთ, დავეკავშირებინეთ იმ ადამიანებთან, რომლებთანაც გოგონას კავშირი შეიძლება ჰქონოდა, მაგრამ თითოეულ კვალს ჩიხამდე მივყავდით. ის ფაქტი, რომ ვერ ვიპოვეთ ვერავინ, ვინც მას სინამდვილეში შეხვდა, ცხადი ნიშანი იყო, რის გამოც

⁸ სასწავლო მიზნით 'ასტროტერფინგის' განმარტებისთვის სასარგებლოა შემდეგი ბმული: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>

¹⁰ Young, K. (2017). *How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus*, November 9th, 2017, in The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [წვდომა 21/11/2020].

მასალა არ გავაშუქეთ... ახალი ამბების სააგენტოებს, რომლებიც ამბის გაშუქებას ჩქარობდნენ, საბაზისო ნაბიჯი - პირველწყარომდე მისვლა - არ გადაუდგამთ. მათ მასალა ბლოგიდან აღებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით გამოაქვეყნეს.”¹¹

სხვა მოტივები მოიცავს მცდელობას, მოხდეს ჟურნალისტების ყურადღების გადატანა ან გამოძიებიდან უსარგებლო მიმართულებით გადამისამართება, რაც აფერხებს გაშუქების მცდელობებს და საბოლოო ჯამში, სიმართლის ძიების პროცესზე გამყინავი ეფექტი აქვს.

ისრების გადატანის მაგალითები:

- ▶ 2017 წლის იანვარში, დონალდ ტრამპის ინაუგურაციაზე შეკრებილი ხალხის რაოდენობის შესახებ ფორმულირების შეცვლის მცდელობები და მისი, როგორც ‘ალტერნატიული ფაქტების’ წარმოდგენა.¹²
- ▶ თანამედროვე საომარი პროპაგანდა, მაგალითად, თალიბანი ავღანეთში ჟურნალისტებისთვის ავრცელებდა ტვიტებს, ბრძოლის შესახებ ყალბი და შეცდომაში შემყვანი დეტალებით.¹³
- ▶ ჟურნალისტებისთვის გადაცემული მონაცემთა ბაზა, რომელიც საჯარო ინტერნეტის შესატყვის ღირებულ დადასტურებად ინფორმაციას შეიცავდა, თუმცა, მასში დეზინფორმაციაც იყო შერეული.

ბოლო პერიოდში, კომპიუტერიზებულმა პროპაგანდამ¹⁴ ჟურნალისტების წინააღმდეგ ყალბი მხარდამჭერების მობილიზების კამპანიების (‘astroturfing’) და ‘ტროლინგის’ საშიშროება გაზარდა. ეს გულისხმობს ბოტების გამოყენებით ყალბი ინფორმაციის და პროპაგანდისტული გზავნილების მიზანმიმართულად იმ მასშტაბით გავრცელებას, რომელიც ბუნებრივი პროცესის შთაბეჭდილებას ტოვებს.¹⁵ პარალელურად, ხელოვნური ინტელექტი გამოიყენება ‘დიპფეიკების’¹⁶ ვიდეოებისა და სხვა ტიპის კონტენტის შესაქმნელად, რომელიც სამიზნეების, მათ შორის ჟურნალისტების, განსაკუთრებით ქალი ჟურნალისტების, დისკრედიტაციას ისახავს მიზნად.

ამ ტიპის პრაქტიკის მაგალითები:

- ▶ დამოუკიდებელი საინფორმაციო ვებ-გვერდი Rappler.com-ი და მისი, მეტწილად ქალი თანამშრომლები, ონლაინ ძალადობის მასშტაბური კამპანიის სამიზნედ იქცნენ. ფილიპინებში, ფასიანი ტროლები, მოჩვენებითი მსჯელობა, ლოგიკური შეუსაბამობები, ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელება - ეს პროპაგანდისტული ტექნიკის მხოლოდ ზოგიერთი ნაირსახეობაა, რამაც საკვანძო საკითხებზე საზოგადოებრივი აზრის შეცვლას შეუწყო ხელი.”¹⁷ (იხ. ვრცელი დისკუსია ქვემოთ).
- ▶ მდიდარმა ოჯახმა, რომელსაც ბრალი სამხრეთ აფრიკაში მთავარი სახელმწიფო საწარმოების მითვისებაში და პოლიტიკოსების მოსყიდვაში ედებოდა, ბრიტანული საზოგადოებასთან ურთიერთობის კომპანია Bell Pottinger-ი პროპაგანდისტული კამპა-

¹¹ Posetti, J. (2013). op cit

¹² NBC News (2017) ვიდეო: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [წვდომა 21/11/2020].

¹³ Cunningham, E (2011). *In shift, Taliban embrace new media*, GlobalPost. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁴ Woolley, S. & Howard, P. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*, Working Paper No. 2017/11 (Oxford University). <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁵ შენიშვნა: 2017 წლის ბრიტანეთის არჩევნების დროს ბოტების კამპანიაზე ზედაპირული ანგარიშები აჩვენებს იმ სირთულეებს, რომლებიც ამ საკითხის შესახებ ანგარიშგებას უკავშირდება. C.f. Dias, N. (2017). *Reporting on a new age of digital astroturfing*, First Draft News. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁶ ტერმინი deepfake-ი ორი სიტყვის “ღრმა სწავლის” და ‘ფეიქის’ (ყალბი) ნაჯვარია. ის ხელოვნური ინტელექტის (AI) ტექნოლოგიის გამოყენებით ვიზუალურად რთულად ამოსაცნობი ყალბი შინაარსის შექმნას გულისხმობს. ის კიბერშეტევების დროს ადამიანების, მათ შორის ჟურნალისტების, დისკრედიტაციისთვის გამოიყენება. იხ: Cuthbertson, A (2018) *What is ‘deepfake’ porn? AI brings face-swapping to disturbing new level* in Newsweek <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁷ Ressa, M. (2016). *Propaganda War: Weaponising the Internet*, Rappler. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [წვდომა 21/11/2020].

ნიის შემუშავების მიზნით დაიქირავა. მან შეტყობინებები დეზინფორმაციული იმპერიის მეშვეობით გაავრცელა, რაც ვებ-გვერდებს, მედიასა და Twitter-ის დაფინანსებული ანგარიშების არმიას მოიცავდა, რომელთა სამიზნე ჟურნალისტები, ბიზნესმენები და პოლიტიკოსები გახდნენ. მათზე თავდასხმები, მტრული შეტყობინებები და ფოტოშოპით დამუშავებული სურათები მიზნად ისახავდა მათ შეურაცხყოფას და სახელმწიფოს მითაცების მუხლით გამოძიებისთვის ხელის შეშლას¹⁸. ამ პერიოდში ონლაინ შევიწროების კამპანიის სამიზნე იყო ცნობილი რედაქტორი, ფერიალ ჰაფეჯი. მისი დისკრედიტაციის მიზნით მანიპულირებული ფოტო გავრცელდა, ჰეშთეგით #presstitute -ი.¹⁹

- ▶ ჟურნალისტ რანა აიუბის საქმეს გაეროს ხუთი სპეციალური მომხსენებლის რეაგირება მოჰყვა, რომლებმაც ინდოეთის მთავრობას ჟურნალისტის დაცვის უზრუნველყოფისკენ მოუწოდეს, რაც კრიტიკული გაშუქების საპასუხოდ მის წინააღმდეგ ყალბი ინფორმაციის მასობრივად გავრცელებას უკავშირდებოდა. დამოუკიდებელი ჟურნალისტი სოციალურ მედიაში მის შესახებ სხვადასხვა სახის დეზინფორმაციულ მასალებს იღებდა, მათ შორის 'დიპფეიკ' ვიდეოებს, თითქოს იგი პორნოგრაფიულ სცენებში მონაწილეობდა. ჟურნალისტი ასევე პირდაპირ იღებდა გაუპატიურებისა და მოკვლის მუქარებს.²⁰
- ▶ ფინელი ჟურნალისტის, ჯესიკა აროს საქმე განხილულია ამ მოდულის 'ციფრული უსაფრთხოების საფრთხეები და თავდაცვის სტრატეგიების' მეორე ნაწილში.

ამ სახელმძღვანელოს სხვა მოდულები კონკრეტულად ტექნიკური გადამოწმების ხერხებს ეხება, მაგრამ მნიშვნელოვანია მონაწილეებს საშუალება მიეცეთ, დაადგინონ ზოგიერთი ონლაინ ოპერატორის მავნე მოტივაცია შექმნის, გავრცელების, დეზინფორმაციისა და მცდარი ინფორმაციის საშუალებით ჟურნალისტების სამიზნედ ამოღების პროცესში.

კრიტიკული კითხვები, რომლებიც ინფორმაციის გადამოწმების ტექნიკურ მეთოდებს ავსებს:

1. შეიძლება თუ არა არსებობდეს ზიანის მიყენებების განზრახვა ამ გაზიარების ან მონიშვნის (თევის) მიღმა?
2. რა მიზანს ისახავს პირი ამ შინაარსის გამოქვეყნებით?
3. რა შედეგი შეიძლება დადგეს ჩემთვის/ჩემი პროფესიული სანდოობისთვის/საინფორმაციო მედია საშუალების ან დამსაქმებლისთვის, თუ მე ამ მასალას გავაზიარებ?
4. საკმარისი სამუშაო გავწიე თუ არა პიროვნების იდენტობის/კავშირების/საიმედოობის/მოტივაციის დასადგენად (მაგალითად, ცდილობენ თუ არა ისინი დეზინფორმაციის გავრცელებას ან უკანონოდ მოპოვებული შინაარსის გაყიდვით სარგებლის მიღებას, საჯარო ინტერესის დასაბუთების გარეშე)?
5. ადამიანია თუ ბოტი?²¹
6. თუ თქვენ სავარაუდო მამხილებლისგან 'მონაცემთა დიდი რაოდენობა მიიღეთ, აპირებთ თუ არა მათ სრულ გამოქვეყნებამდე დამოუკიდებლად გადაამოწმოთ შინაარსი? შესაძლებელია თუ არა, რომ მონაცემები გაჭერებული იყოს დეზინფორმაციით და მცდარი ინფორმაციით, რომელიც მიზანმიმართულ შეცდომაში შეყვანას ან დისკრედიტაციას ემსახურება?

¹⁸ ვრცელი დოსიე გუფტას "ყალბი ინფორმაციის იმპერიაზე" ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [წვდომა 21/11/2020].

¹⁹ Haffajee, F. (2017). *Feral Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [ონლაინ] ხელმისაწვდომია: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/feral-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [წვდომა 21/11/2020].

²⁰ გაეროს ექსპერტები მოუწოდებენ ინდოეთს დაიცვას ჟურნალისტი რანა აიუბი ონლაინ სიძულვილის კამპანიისგან. <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E> [წვდომა 21/11/2020] ასევე იხილეთ Ayyub, R. (2018). *In India, journalists face slut-shaming and rape threats*. <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [წვდომა 21/11/2020].

²¹ მაგალითისთვის იხ: <https://botcheck.me>

ii) ციფრული უსაფრთხოების გამოწვევები და თავდაცვის სტრატეგიები

ჟურნალისტები, უფლებადამცველები და ბლოგერები/სოციალური მედიის აქტივისტები კიბერ შეტევების მიმართ სულ უფრო მეტად მონაცემები არიან. მათი მონაცემები ან წყაროები, შესაძლოა, კომპრომეტირებული იყოს მავნე სუბიექტების მიერ, მათ შორის, ფიშინგის, დამაზიანებელი შეტევების (malware attack) და პირადი მონაცემების გაყალბების გზით.²²

ამ პრაქტიკის მაგალითებია:

საგამოძიებო ჟურნალისტის ჯილდოს მფლობელი ჯესიკა არო, რომელიც ფინეთის საზოგადოებრივი მაუწყებლის (YLE) თანამშრომელია, 2014 წლიდან ორგანიზებული 'ტროლ'-კამპანიების სამიზნე გახდა. მან ციფრული საფრთხის მუქარები, მათ შორის თაღლითობის და დოქსინგის²³ ჩათვლით, გამოსცადა, ტროლები მისი პირადი საკონტაქტო ინფორმაციის გამჟღავნებას ახდენდნენ და მის შესახებ დეზინფორმაციას ავრცელებდნენ, მისი შეტყობინებების აპლიკაციები და ინბოქსები ბრაზით მოცული შეტყობინებებით ივსებოდა. "მე მივიღე სატელეფონო ზარი, რომელშიც ვიღაცის იარაღის გასროლის ხმა ისმოდა. მოგვიანებით, უცნობმა მომწერა, რომ ჩემი გარდაცვლილი მამა იყო და მითხრა, რომ ის 'მაკვირდებოდა' - ამბობს იგი.²⁴ არომ მადლიერება გამოხატა რედაქტორების მიმართ, რომლებიც ჟურნალისტებს საფრთხეებისგან იცავენ და დაარწმუნეს ისინი, გამოეძიებიათ და სააშკარაოზე გამოეტანათ პროპაგანდა.

აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია ჟურნალისტური საქმიანობის სუბიექტები ფრთხილად მოეკიდონ შემდეგ საფრთხეებს:

ციფრული უსაფრთხოების ძირითადი გამოწვევები:²⁵

- ▶ მიზანმიმართული და მასობრივი თვალთვალი,
- ▶ სამიზნის ცოდნის გარეშე პროგრამულ (software) და ტექნიკურ უზრუნველყოფაში (hardware) შეღწევა,
- ▶ ფიშინგი,²⁶
- ▶ ყალბი დომენის შეტევა,
- ▶ Man-in-the-Middle შუამავლის (MitM) შეტევა,²⁷

(DoS) შეტევა, როცა თავდასხმელი ცდილობს ინტერნეტრესურსი ხელმიუწვდომელი გახადოს და (DDoS), მასშტაბური DoS შეტევა, სადაც თავდამსხმელი იყენებს ერთ ან მეტ, ხშირ შემთხვევაში, ათასობით IP მისამართს.²⁸

²² ტექნოპედიიდან: თაღლითობა (Spoofing) არის თაღლითური ან საზიანო პრაქტიკა, რომლის დროსაც კომუნიკაცია ხორციელდება უცნობი წყაროს მხრიდან, რომელიც შენიღბულია მიმღებისთვის ნაცნობ წყაროდ. იმეილით თაღლითობა ყველაზე გავრცელებული პრაქტიკაა. თაღლითური იმეილი ასევე შეიძლება შეიცავდეს დამატებით საფრთხეებს, როგორიცაა ტროანი ან სხვა ვირუსები. ამ პროგრამებმა შეიძლება მნიშვნელოვანი ზიანი მიაყენონ კომპიუტერს მოულოდნელი აქტივობების გამოწვევით, დისტანციური შეღწევადობით, ფაილების წაშლით და სხვა. <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [წვდომა 21/11/2020].

²³ ტექნოპედიიდან: დოქსინგი არის ადამიანის შესახებ ისეთი ინფორმაციის მოძიების, დაპყრების და გამოქვეყნების პროცესი, როგორიცაა სახელი, მისამართი, ტელეფონის ნომერი და საკრედიტო ბარათის დეტალები. დოქსინგის სამიზნე შეიძლება იყოს კონკრეტული პიროვნება ან ორგანიზაცია. დოქსინგისთვის სხვადასხვა მიზეზი არსებობს, მაგრამ ყველაზე გავრცელებულია იძულება. დოქსინგი არის სლენგი, რომელიც სიტყვა "doc"-დან მომდინარეობს, რადგან სწორედ დოკუმენტების მოძიება და გაზიარება ხდება ყველაზე ხშირად. ჰაკერებმა დოქსინგის სხვადასხვა ფორმები განავითარეს, მაგრამ ყველაზე გავრცელებული მეთოდი მსხვერპლის იმეილის და მისი პაროლის მოპოვებაა, რათა ანგარიშზე შეღწევით მეტი პერსონალური ინფორმაციი მოპოვება მოხერხდეს. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [წვდომა 21/11/2020].

²⁴ Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [წვდომა 21/11/2020].

²⁵ Posetti, J. (2015). *New Study: Combatting the rising threats to journalists' digital safety* (WAN-IFRA). <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [წვდომა 21/11/2020].

²⁶ King, G (2014) *Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance*, CPI. <https://cpi.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [წვდომა 21/11/2020].

²⁷ ტექნოპედიის განმარტება შუამავლის (Man in the Middle (MITM)) თავდასხმისთვის: "მოსმენის ფორმა, როდესაც ორ მომხმარებელს შორის კომუნიკაციას თვალს ადევნებს და მოდიფიცირებას უკეთებს არავტორიზებული პირი. ზოგადად, თავდამსხმელი აქტიურად დაფარულად უსმენს კომუნიკაციას ორ სუბიექტს შორის და მის რეტრანსლირებას და შინაარსის შეცვლას ახდენს. <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [წვდომა 21/11/2020].

²⁸ იხ. განმარტებები ტექნოპედიიში <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos> b. <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [წვდომა 21/11/2020].

- ▶ ვებ-გვერდზე შეტევა,
- ▶ კომპრომეტირებული მომხმარებლის ანგარიშები,
- ▶ ონლაინ ქსელების დაშინება, შევიწროება და იძულებითი გამოვლენა,
- ▶ დეზინფორმაციული და ბინძური კამპანიები,
- ▶ ჟურნალისტური ნამუშევრის კონფისკაცია და
- ▶ მონაცემთა შენახვა და მაინინგი.

თავდაცვითი სტრატეგიებისთვის იხილეთ: „ჟურნალისტიკისთვის ციფრული უსაფრთხოების შექმნა“.²⁹

ჟურნალისტებთან და სხვა მედია პროდიუსერებთან მომუშავე კონფიდენციალური წყაროების და მამხილებლების შესაძლო შედეგების შესახებ იხილეთ: „ციფრულ ეპოქაში ჟურნალისტური წყაროების დაცვა“.³⁰

ონლაინ შეურაცხყოფისა და ძალადობის ამოცნობა და მართვა

„მედახდნენ ბინძურ მედავს, სისხლიან ბოშას, ებრაელს, მუსლიმ მედავს, ბერძენ პარაზიტს, ამაზრზენ მიგრანტს, სულელ ფსიქოპატს, მახინჯ მატყუარას, მიკერძოებულ მოძულეს. ისინი მეუბნებიან, რომ წავიდე სახლში, თავი მოვიკლა, და თუ ამას არ გავაკეთებ, მესვრიან, ენას მომაჭრიან, თითებს სათითაოდ დამამტვრევენ. ისინი მემუქრებიან ჯგუფური გაუპატიურებით და სექსუალური ძალადობით.“³¹ ეს არის ცნობილი შვედი ჟურნალისტის, ალექსანდრა პასკალიდოუს სიტყვები, რომელიც მან 2016 წელს, ბრიუსელში, ევროპის კომისიის სესიაზე საკუთარი ონლაინ გამოცდილების გაზიარებისას წარმოთქვა.

ამ ტიპის ონლაინ შეურაცხყოფის გლობალურმა გავრცელებამ, რომელიც სამიზნედ ქალ ჟურნალისტებსა და კომენტატორებს არჩევს, გაეროს (UNESCO-ს³² ჩათვლით) და სხვა სააგენტოებს პრობლემის აღიარებისკენ და ქმედებებისა და გადაწყვეტილებების მიღებისკენ უბიძგა.

ევროპის უსაფრთხოებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციამ (ეუთო) დააფინანსა კვლევა, რომელიც ქალ ჟურნალისტებზე, მათზე, ვინც არაპროპორციული 'სიძულვილის ტროლინგის'³³ სამიზნე გახდა, ონლაინ თავდასხმების საერთაშორისო გავლენას ასახავს.

ეს ნაშრომი ბრიტანეთის კვლევითი ინსტიტუტის Demos-ს კვლევას მოჰყვა, რომელმაც ასობით ათასი ტვიტი შეისწავლა და აღმოჩნდა, რომ ჟურნალისტიკა ერთადერთი სფეროა, სადაც ქალები მეტი თავდასხმის სამიზნეები არიან, ვიდრე მამაკაცები: "ქალი ჟურნალისტები და სატელევიზიო ახალი ამბების წამყვანები, დაახლოებით სამჯერ მეტ შეურაცხყოფას იღებენ,³⁴ ვიდრე მათი კოლეგა მამაკაცები ". თავდამსხმელების ძირითადი საკვანძო სიტყვები იყო «ძუკნა», «გაუპატიურება» და «მედავი».

ქალი ჟურნალისტების მიმართ ამ ინტერნეტ თავდასხმების მთავარი მახასიათებელია დეზინ-

²⁹ Henrichsen, J. et al. (2015). *Building Digital Safety for Journalism* (UNESCO) Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

³⁰ Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO). Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

³¹ Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald*, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuww.html> [წვდომა 21/11/2020].

³² Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (Ed) op cit ასევე იხილეთ: იუნესკოს 39-ე გენერალური კონფერენციის რეზოლუცია 39, რომელიც აღნიშნავს, რომ "ქალი ჟურნალისტების სპეციფიკური საფრთხის წინაშე არიან, მათ შორისა სექსუალური შევიწროება და ძალადობა როგორც ონლაინ, ასევე ოფლაინ". <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [წვდომა 21/11/2020].

³³ OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [წვდომა 21/11/2020].

³⁴ Bartlett, J. et al. (2014) *Misogyny on Twitter*, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [წვდომა 21/11/2020].

ფორმაციის ტაქტიკის გამოყენება - სიცრუე ვრცელდება მათი პიროვნული მახასიათებლების ან მათი საქმიანობის შესახებ, რაც მიზნად ისახავს მათი სანდოობის შერყევას, დამცირებას და საჯარო კომენტარსა და განცხადებებზე გამყინავი ეფექტის მოხდენას.

ძალადობის საშიშროება, მათ შორის გაუპატიურების და მკვლელობის და 'ორგანიზებული მასობრივი თავდასხმის' ეფექტის მოხდენა (ორგანიზებული, ორგანიზებული ან ავტომატიზებული მასობრივი შეტევები ინდივიდის წინააღმდეგ ონლაინ) კიდევ უფრო აუარესებს ვითარებას.

ამ თავდასხმების ინტიმური ხასიათი, რომელიც მობილურ მონაცემების ხშირად დილით და საღამოს მოდის, კიდევ უფრო ამძაფრებს ზემოქმედებას. "არის დღეები, როდესაც ვიღვიძებ სიტყვიერი ძალადობით და ვიძინებ ყურებში სექსისტური და რასისტული ბრაზიანი ხმებით. ეს თითქმის დაბალი ინტენსივობის, მუდმივი ომია", - ამბობს პასკალიდოუ.

ფილიპინებში, Rappler-ის აღმასრულებელი დირექტორი და აღმასრულებელი რედაქტორი, მარია რესა³⁵ ონლაინ შეურაცხყოფის წინააღმდეგ ბრძოლის მაგალითს წარმოადგენს, როდესაც მის წინააღმდეგ მასიური დეზინფორმაციული კამპანია სახელმწიფოსთან იყო დაკავშირებული. იგი არის CNN-ის ომის ყოფილი კორესპონდენტი, თუმცა აცხადებს, რომ ამ სფეროში მიღებულ არცერთ გამოცდილებას არ მოუზადებია ის გენდერული ონლაინ შეურაცხყოფის მასიური და დესტრუქციული კამპანიისთვის, რომელიც მის წინააღმდეგ 2016 წლიდან მიმდინარეობს. "მე მეძახდნენ მახინჯს, ძაღლს, გველს, მემუქრობდნენ გაუპატიურებით და მკვლელობით", - ამბობს იგი. რესა ვედარც კი ითვლის, თუ რამდენჯერ მიიღო სიკვდილის მუქარა. დამატებით, იგი იყო სამიზნე კამპანიებისა ჰეშთეგით #ArrestMariaRessa და #BringHerToTheSenate, რაც მიზნად ისახავდა ონლაინ შეტევისთვის ბრბოს მობილიზებას, როგორც რესას, ასევე Rappler-ის დისკრედიტაციას და გაშუქებაზე გამყინავი ეფექტის მოხდენას. "ეს დაიწყო, როგორც გარიყვა. ნებისმიერი, ვინც კრიტიკულად იყო განწყობილი, ან სვამდა კითხვებს არალეგალურ მკვლელობებთან დაკავშირებით, თავს ესხმოდნენ, სასტიკად ექცეოდნენ. ქალებზე ეს ყველაზე მეტად აისახა. და ჩვენ გავაცნობიერეთ, რომ შეიქმნა სისტემა, რომ გააჩუმოს განსხვავებული აზრი და ჟურნალისტები მორჩილები გახდნენ. ჩვენ არ უნდა ვსვამდეთ რთულ კითხვებს და რა თქმა უნდა, არ უნდა ვიყოთ კრიტიკულები", - ამბობს რესა³⁶.

მარია რესას ბრძოლის სტრატეგია მოიცავს შემდეგს:

- ▶ პრობლემის სერიოზულობის აღიარება,
- ▶ ფსიქოლოგიური ზემოქმედების აღიარება და ფსიქოლოგიური დახმარების ფასილიტაცია იმ თანამშრომლებისთვის, ვისაც ეს შეეხო,
- ▶ საგამოძიებო ჟურნალისტიკის, როგორც კონტრშეტევის მექანიზმის გამოყენება,³⁷
- ▶ თავდასხმის მოსაგერიებლად და შესაკავებლად, ერთგული აუდიტორიისთვის დახმარების თხოვნა,
- ▶ უსაფრთხოების გამკაცრება ონლაინ და ოფლაინ შეურაცხყოფის საპასუხოდ,
- ▶ საჯაროდ მოწოდება პლატფორმებისადმი (მაგალითად, Facebook და Twitter), რომ ონლაინ შეურაცხყოფის შესამცირებლად და ადეკვატურად სამართავად, მეტი გაკეთდეს.

ონლაინ შევიწროების მზარდ საფრთხესთან გამკლავებისას, მნიშვნელოვანია, ვაღიაროთ ქალი ჟურნალისტების შევიწროება ოფლაინ, დეზინფორმაციული კამპანიების კონტექსტში. მაგალითად, ავსტრალიის საგამოძიებო ჟურნალისტს ვენდი კარლისლს კლიმატის ცვლილებების

³⁵ მარია რესა არის იუნესკოს გილერმო კანოს მსოფლიოს სიტყვის თავისუფლების პრიზის ჟიურის თავმჯდომარე

³⁶ Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in Kilman, L. (Ed) An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [ნვდომა 21/11/2020].

³⁷ ეს ტაქტიკა ასევე გამოყენებული იყო ფერია ჰაფაჯის მიერ "გუფთას გაჟონების" საქმეში, რომელიც ადრე იყო მითითებული. მან გამოიყენა ჟურნალისტური გამოძიების ტექნიკები და ციფრული უსაფრთხოების 'დეტექტივები', რათა ზოგიერთი ტროლი გამოეშვარებინა, რომელიც სავაჭრო საქმის გაშუქებაზე მის დისკრედიტაციას ცდილობდა. იხ: <https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [ნვდომა 21/11/2020].

ბის უარყოფითა საპროტესტო გამოსვლაზე, 2011 წელს, ავსტრალიაში, შეურაცხყოფა მიაყენეს, მას საუბარი შეაწყვეტინეს და ხელი კრეს, როდესაც ABC რადიოსთვის დოკუმენტურ ფილმს ამზადებდა. თავდასხმამ ის აიძულა, ღონისძიება დაეტოვებინა და საკუთარ უსაფრთხოებაზე ებრუნა.³⁸



მოდულის მიზნები

ეს მოდული: 'ინფორმაციული ქაოსის' კონტექსტში მონაწილეების ონლაინ თავდასხმების რისკების შესახებ ინფორმირებას მოახდენს; დაეხმარება მათ საფრთხის იდენტიფიცირებაში; ონლაინ თავდასხმებთან ბრძოლისთვის უნარების განვითარებასა და ინსტრუმენტებით აღჭურვას უზრუნველყოფს. მოდულის მიზნებია:

- ▶ აამაღლოს მონაწილეთა ცნობიერება დეზინფორმაციის/მცდარი ინფორმაციის კამპანიებში მავნე სუბიექტების მიერ ჟურნალისტების, მათი წყაროების და სხვა ონლაინ კომუნიკატორების სამიზნედ ქცევის პრობლემის შესახებ;
- ▶ დაეხმაროს მონაწილეებს უკეთ ამოიცნონ 'ასტროტარფინგი', 'ტროლინგი', ციფრული საფრთხეები და ონლაინ თავდასხმები,
- ▶ აღჭურვოს მონაწილეები ცოდნით და უნარებით, რათა უკეთ მოემზადონ 'ასტროტარფინგის' და 'ტროლინგის', ციფრული საფრთხეების და გენდერულად სენსიტიური ონლაინ თავდასხმების წინააღმდეგ.



სწავლის შედეგები

ამ მოდულის დასრულებისას მონაწილეებს შეეძლებათ:

1. ჰქონდეთ სიღრმისეული ცოდნა, თუ რა გავლენას ახდენს ონლაინ თავდასხმები ჟურნალისტებზე, ჟურნალისტიკაზე, ინფორმაციის გაზიარებასა და სიტყვის თავისუფლებაზე.
2. უკეთ ესმოდეთ დეზინფორმაციის/ მცდარი ინფორმაციის კამპანიებში მავნე აქტორების მიერ ჟურნალისტების და სხვა ონლაინ კომუნიკატორების სამიზნედ გახდომის პრობლემა.
3. ესმოდეთ განსაკუთრებული საფრთხეები ქალების მიმართ, რომლებიც ონლაინ ჟურნალისტურ საქმიანობას ეწევიან;
4. უფრო მარტივად შეეძლოთ, ამოიცნონ ონლაინ მავნე სუბიექტები, მათ შორის 'ასტროტარფინგი', 'ტროლინგი', ციფრული საფრთხეები და ონლაინ თავდასხმები;
5. უკეთ იყვნენ აღჭურვილნი 'ასტროტარფინგის' და 'ტროლინგის', ციფრული საფრთხეების და გენდერულად სენსიტიური ონლაინ თავდასხმების წინააღმდეგ საბრძოლველად.



მოდულის ფოხმაგი

ეს მოდული შექმნილია პირისპირ ან ონლაინ სწავლებისთვის. ის გამიზნულია ორ ნაწილად სწავლებისთვის: თეორიული და პრაქტიკული.

³⁸ Carlisle, W. (2011). *The Lord Monckton Roadshow*, Background Briefing, ABC Radio National. <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [წვდომა 21/11/2020].

გეგმის დაკავშირება სწავლის შედეგებთან

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
ინტერაქციული ლექცია კითხვა/პასუხის ფორმით (90 წუთი), რომელიც შეიძლება ჩატარდეს ტრადიციული სახით, ან ვებინარის პლატფორმის საშუალებით, შექმნილია დისტანციური მონაწილეობის წახალისების მიზნით. ლექციების შინაარსი შეგიძლიათ ნახოთ ზემოთ მოყვანილი თეორიის ნაწილში და მაგალითებიდან. ამასთან, კურსების ორგანიზატორს ვურჩევთ, რომ ამ მოდულში კულტურულად/ლოკალურად შესაბამისი მაგალითები გაითვალისწინონ.	60 - 90 წუთი	1, 2, 3, 4, 5

B. პრაქტიკული

მოდულის გეგმა	ხანგრძლივობა	სწავლის შედეგები
<p>სემინარი/ გაკვეთილი (90 წუთი), რომლის ფასილიტაცია შესაძლებელია ტრადიციულ საკლასო გარემოში, ან ელექტრონული სწავლების პლატფორმის საშუალებით, როგორცაა Moodle, Facebook ჯგუფები ან სხვა სერვისები, რომლებიც დისტანციური ონლაინ მონაწილეობის საშუალებას იძლევიან. სემინარის სავარჯიშო შესაძლებელია მოიცავდეს შემდეგ ფორმატს:</p> <ul style="list-style-type: none"> • დაყავით ჯგუფები 3-5 მონაწილედ. • თითოეულ სამუშაო ჯგუფს მიეცით დებინფორმაციასთან/მცდარ ინფორმაციასთან/ტროლინგთან/ასტროტარფინგთან/ონლაინ თავდასხმების კამპანიასთან დაკავშირებული მავნე შინაარსის მაგალითი (მოძებნეთ ბლოგები და სოციალური მედია არხები, რომლებიც შექმნილია მარია რესას, ჯესიკა აროს და ალექსანდრა პასკალიუსის წინააღმდეგ, რომელთა მაგალითები განხილულია ამ მოდულში). <p>თითოეულმა სამუშაო ჯგუფმა: ურთიერთთანამშრომლობით უნდა შეაფასოს მასალა (გამოიკვლიოს მასალის უკან მყოფი ინდივიდი/ჯგუფი); მოახდინოს რისკებისა და საფრთხეების იდენტიფიცირება (მიუთითოს შესაბამის კვლევებზე, რეკომენდირებულ საკითხავ მასალაში არსებული შედეგების შესახებ); წარმოადგინოს სამოქმედო გეგმა მასალაზე რეაგირების მიზნით (ეს შეიძლება მოიცავდეს სტრატეგიულ პასუხს, მომხმარებლის დარეპორტებას პლატფორმაზე ან საჭიროების შემთხვევაში პოლიციაში შეტყობინებას); დაწეროს 250 სიტყვიანი სამოქმედო გეგმის შეჯამება (Google Docs-ის ან მსგავსი თანამშრომლობითი რედაქტირების ინსტრუმენტის გამოყენებით) და წარუდგინოს ლექტორს/მასწავლებელს განსახილველად.</p>	90 - 120 წუთი	1, 2, 3, 4, 5

ალტერნატიული სტრუქტურა

საკითხების სიღრმისეულად განსახილველად, შესაძლებელია ამ მოდულის გაფართოება და სამ ცალკეულ გაკვეთილად ჩატარება (თითოეული მათგანი დაყოფილი იქნება ორ ნაწილად, როგორც ზემოთ არის აღწერილი):

- ▶ 'ტროლინგის' და 'ასტროტარფინგის' ამოცნობა და მასზე რეაგირება,
- ▶ ციფრული საფრთხის მოდელირება³⁹ და თავდაცვითი სტრატეგიები,
- ▶ გენდერული ონლაინ შევიწროებისა და ძალადობის ამოცნობა და მართვა.



შემოთავაზებული დავალება

დაწერეთ 1200 სიტყვიანი ესე, ან დაამზადეთ 5 წუთიანი აუდიო რეპორტაჟი, 3 წუთიანი ვიდეო რეპორტაჟი ან დეტალური ინტერაქციული ინფოგრაფიკა, რომელიც დაფუძნებული იქნება ერთ ან მეტ ჟურნალისტთან ინტერვიუზე, მათზე ონლაინ თავდასხმების გამოცდილებაზე (მაგალითად, დებინფორმაციის და/ან ციფრული საფრთხის სამიზნედ ყოფნა, როგორც დებინფორმაციული კამპანიის ან/და შევიწროების ან ონლაინ ძალადობის ნაწილის). მონაწილეებმა ესეში სანდო კვლევის ციტირება უნდა მოახდინონ და ჟურნალისტიკაზე/გამოხატვის თავისუფლებასა და საზოგადოების ინფორმირების უფლებაზე ამ ფენომენის გავლენის შედეგები ახსნან.



საკითხავი მასალა

- Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [წვდომა 21/11/2020].
- Haffajee, F. (2017). *The Gupta Fake News Factory and Me in The Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/?ncid=other_saredirect_m2afnz7mbfm [წვდომა 21/11/2020].
- OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [წვდომა 21/11/2020].
- Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L*.
- Kilman (Ed) *An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO 2017). https://en.unesco.org/sites/default/files/an_attack_on_one_is_an_attack_on_all_chapter_8.pdf [წვდომა 21/11/2020].
- Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald*, 24/11/2016. <https://www.smh.com.au/lifestyle/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [წვდომა 21/11/2020].
- Reporters Sans Frontieres (2018) *Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls* Reporters Without Borders: <https://rsf.org/en/news/rsf-publishes-report-online-harassment-journalists> [წვდომა 21/11/2020].
- Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [წვდომა 21/11/2020].
- Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [წვდომა 21/11/2020].

ონლაინ რესურსები

ვიდეო: *ჩვენი ვებხმოდგე გზიდებს და გავუმკლავდეთ ონლაინ შეუჩაჩხყოფას* - პანელური დისკუსია ჟურნალისტიკის საერთაშორისო ფესტივალზე, პერუკა, იტალია (აპრილი 2017) ჯული პოზეტის (Fairfax Media), პანა სტორმის (International News Safety Institute), ალექსანდრა პასკალიდოუს (Swedish journalist), მარი ჰამილტონის (The Guardian), ბლონიდ ჰილის Healy (CNNi) მონაწილეობით. <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>

³⁹ Stray J (2014). *Security for Journalists, Part Two: Threat Modeling*. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [წვდომა 30/03/2018].

ქონჯრიგულობები

მაგდა აბუ-ფადილი - Media Unlimited-ის ლიბანის ოფისის დირექტორი

ფერგუს ბელი - ციფრული ინფორმაციის შეგროვების და მომხმარებლის მიერ გენერირებული კონტენტის ვერიფიკაციის ექსპერტი. ის არის Dig Deeper Media-ის დამფუძნებელი.

ჰოსეინ დერაქშანი - ირანელ-კანადელი მწერალი, ჰარვარდის კენედის სკოლის შორენსტეინის ცენტრის მკვლევარი და სტიპენდიანტი.

შერლინ ირეტონი - სამხრეთ-აფრიკელი ჟურნალისტი, გაზეთებისა და ახალი ამბების გამომცემელთა მსოფლიო ასოციაციის, (WAN-IFRA) მსოფლიო რედაქტორთა ფორუმის მიმართულების ხელმძღვანელი.

ალექსიოს მანცარლისი - პოინტერის ინსტიტუტის ფაქტების გადამოწმების საერთაშორისო ქსელის ხელმძღვანელი.

ელის მეთიუსი - ახალი და მიმდინარე ამბების ჟურნალისტი ავსტრალიის მაუნყებელთა კორპორაციიდან (ABC), სიდნეი.

ჯული პოზეტი - როიტერის ჟურნალისტიკის კვლევის ინსტიტუტის უფროსი მკვლევარი ოქსფორდის უნივერსიტეტში, სადაც იგი ჟურნალისტიკის ინოვაციების პროექტს ხელმძღვანელობს.

ტომ ტრუვინარდი - მეედანის (Meedan) ღია წყაროების გადამოწმების ინსტრუმენტების პროგრამის ხელმძღვანელი.

კლერ უორდლი - First Draft-ის აღმასრულებელი დირექტორი და ჰარვარდის კენედის სკოლის მედიის, პოლიტიკისა და საზოგადოებრივ საქმეთა შორენსტეინის ცენტრის მკვლევარი.

გამოყენებული წყაროების სპეციალური:

გარე ყდა: UNESCO/ ოსკარ კასტელანოსი

მოდული 1: აბჰიჯით ს. ნაირი Unsplash-ზე

მოდული 2: კრისტოფ შოლცი Flickr-ზე

მოდული 3: სამუელ ზელერი Unsplash-ზე

მოდული 4: აარონ ბარდენი Unsplash-ზე

მოდული 5: კლიმატის რეალობის პროექტი Unsplash-ზე

მოდული 6: Olloweb Solutions Unsplash-ზე

მოდული 7: rawpixel Unsplash-ზე

უკანა ყდა: rawpixel Unsplash-ზე

გრძელდებული ღიზინი:

კლინტონ სტრინგერი www.mrclinton.be

გარე რეცენზენტები:

პროფესორი ილვა როდნი-გუმედუ, იოჰანესბურგის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის, კინოსა და ტელევიზიის დეპარტამენტი, სამხრეთ აფრიკა;

ბასიუნი ჰამადა, პროფესორი, მასობრივი კომუნიკაციების დეპარტამენტი, მეცინიერებისა და ხელოვნების კოლეჯი, კატარის უნივერსიტეტი;

პროფესორი ჯეისონ ჰარსინი, გლობალური კომუნიკაციების დეპარტამენტი, პარიზის ამერიკული უნივერსიტეტი.



წინამდებარე სახელმძღვანელო ითვალისწინებს საერთაშორისო დონის შესაბამისი სასწავლო კურიკულუმის მოდელის შექმნას, რომლის დანერგვა და ადაპტირება თავისუფლად შესაძლებელი იგი პასუხობს დეზინფორმაციის იმ გლობალურ გამოწვევას, რომლის წინაშეც დღეს საზოგადოება და განსაკუთრებით, ჟურნალისტიკა დგას.

პუბლიკაცია შექმნილია სასწავლო მიზნებისთვის, რათა ჟურნალისტიკის პედაგოგებსა და ტრენერებს შესთავაზოს საგანმანათლებლო ჩარჩო და პრაქტიკული გაკვეთილები, რაც ჟურნალისტიკის სტუდენტებსა და პრაქტიკოსებს „ყალბ ამბებთან“ დაკავშირებული საკითხების უკეთ გაცნობიერებაში დაეხმარება. ჩვენ ასევე ვიმედოვნებთ, რომ ეს სახელმძღვანელო სასარგებლო რესურსი გახდება პრაქტიკოსი ჟურნალისტებისთვის.

პუბლიკაცია იმ წამყვანი საერთაშორისო ჟურნალისტიკის პედაგოგების, მკვლევარებისა და მოაზროვნეების ნაშრომებს აერთიანებს, რომლებიც ჟურნალისტური მეთოდებისა და პრაქტიკის განახლებას, დეზინფორმაციისა და მისი თანმდევი გამოწვევების დაძლევისათვის აქტიურად ეწევიან. შემოთავაზებული გაკვეთილები კონტექსტუალური, თეორიული და ონლაინ გადამოწმების შემთხვევაში, ძალზედ პრაქტიკულია. ერთიანი კურსის ან მისი დამოუკიდებელი ელემენტების გამოყენების შემთხვევაში, სახელმძღვანელოს შეუძლია არსებული მოდულების განახლებას ან ახალ შეთავაზებებს შეწყოს ხელი.

ეს პუბლიკაცია „ჟურნალისტური განათლების ხარისხის ამაღლების გლობალური ინიციატივის“ ნაწილია, რომელიც იუნესკოს კომუნიკაციის განვითარების საერთაშორისო პროგრამის (IPDC) მთავარი მიმართულებაა. ინიციატივა მიზნად ისახავს ჟურნალისტიკის სწავლების, პრაქტიკისა და კვლევის გლობალური პერსპექტივიდან განვითარებას, მათ შორის, საერთაშორისო კარგი პრაქტიკის გაზიარების საფუძველზე.



გაერთიანებული
ერების განათლების,
მეცნიერებისა და
კულტურის ორგანიზაცია

IPDC კომუნიკაციის განვითარების
საერთაშორისო პროგრამა



9 789230 001308

