

#ՍՏՈՒԳՎԱԾ

ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՍՏՈՒԳՄԱՆ
ՀԱՄԱՌՈՏ ՈՒՂԵՑՈՒՅՑ
ԼՐԱԳՐՈՂՆԵՐԻ ՀԱՄԱՐ



USAID
ԱՄԵՐԻԿԱՅԻ ՓՈՐՈՎՈՐՈՒՄ



ԼՍՀԻՄ
ՆԱԽԱՁԵՐԱՌԻԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԿԵՆՏՐՈՆ

Գիրքը պատրաստել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը՝ ԱՄՆ Միջազգային զարգացման գործակալության (ԱՄՆ ՄՋԳ) ֆինանսավորմամբ իրականացվող «Մեդիան քաղաքացիների տեղեկացված մասնակցության համար» ծրագրի շրջանակներում: Գրքի բովանդակությունը միմիայն հեղինակներին է և պարտադիր չէ, որ արտահայտի ԱՄՆ ՄՋԳ կամ ԱՄՆ կառավարության տեսակետները:

ՀՏԴ 004 : 070
ԳՄԴ 32.81+76.01
S 309

Հեղինակ և կազմող՝ Աննա Վիսենս
Հայերեն տարբերակի հեղինակ՝ Հրանտ Գալստյան
Խմբագիր՝ Նարինե Սաֆարյան

Լուսանկարները, էջադրումը և ձևավորումը՝
«Անտարես» հրատարակչության

Տեղեկությունների ստուգման համառոտ ուղեցույց. – Եր.:
Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, 48 էջ:

ISBN 978-9939-1-0514-7

© Մեդիա նախաձեռնությունների
կենտրոն ՀԿ, 2017





Ճզգրիտ տեղեկություն ստանալն ու հաղորդելը լրագրության հիմնական սկզբունքներից են: Ջարգացող թվանշային միջավայրն այս առումով նոր մարտահրավերներ է առաջադրել, քանի որ մեծացել է թե՛ բովանդակություն ստեղծողների թիվը, թե՛ այդ բովանդակության հասանելիությունը:

Կեղծ կամ չստուգված տեղեկությունը կարող է ոչ միայն անփութորեն, այլև դիտավորյալ տարածվել: Բովանդակությունը (տեքստ, լուսանկար, տեսանյութ և այլն) կարող է լինել խմբագրված, բեմադրված, սխալ համատեքստում, ուրիշ վայրից կամ ժամանակից, մեկ այլ իրադարձությունից:

Տեղեկությունը ստեղծվում և տարածվում է մեծ արագությամբ: Կեղծ կամ չճշտված տեղեկությունը ճանաչելու և

բացառելու համար անհրաժեշտ է, որ լրագրողները նույնպես արագ գործեն:

Այս գրքում ներկայացվում են տարբեր աղբյուրներից ստացված տեղեկությունները ստուգելու համար անհրաժեշտ քայլեր, ինչպես նաև առցանց գործիքներ, որոնք թույլ կտան ստուգել բովանդակության հավաստիությունը: Ճշգրիտ արդյունքներ ստանալու համար ցանկալի է չհիմնվել միայն մեկ գործիքի վրա, այլ խաչաձև ստուգումներ անել: Այնուամենայնիվ, եթե տեղեկությունը սպառիչ կերպով չի հաստատվում կամ հերքվում, անհրաժեշտ է այդ մասին հայտնել ընթերցողին:

Պետք է հաշվի առնել, որ առցանց գործիքները շարունակ փոփոխվում են: Այստեղ նշված որոշ հղումներ կարող են անհասանելի դառնալ, ի հայտ կգան նոր գործիքներ: Այս առումով ուղեցույցը սպառիչ չէ, այն ավելի շատ միտված է հնարավոր լուծումների սահմաններն ուրվագծելուն:

Գրքի համար հիմք են հանդիսացել BBC-ի աշխատակից Աննա Վիսենսի տեղեկության ստուգման դասընթացի օժանդակ նյութերը: Դասընթացը կազմակերպել և անցկացրել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը 2016թ-ի ամռանը: Ներկայացված որոշ աղբյուրներ կարող են պակաս արդյունավետ լինել լոկալ տեղեկություններ ստուգելու համար:

Առանձին պարզաբանման կարիք ունի *verify* տերմինը, որը թարգմանաբար նշանակում է հաստատել, բայց նաև՝ ստուգել: Թեև այս բառերը կարելի է օգտագործել իբրև հոմանիշներ, նախընտրել ենք «ստուգել» և «ճշգրտել» ձևերը՝ հաշվի առնելով, որ սրանք արտահայտում են ոչ միայն հաստատելու, այլև հերքելու, ժխտելու իմաստներ, որոնք կարևոր են գրքում նկարագրվող գործընթացի համար: Համապատասխանաբար, *verification* տերմինը թարգմանվել է ստուգում, ճշգրտում:

Հրանտ Գալստյան

Նրբեղի՜ց
Նրբի՜րեն
գիպե՛ք
այդ խափե՛ն
աղբյուր
աղբյուր ունե՛ք

Տեղեկությունը ճշգրտելու հիմունքներ

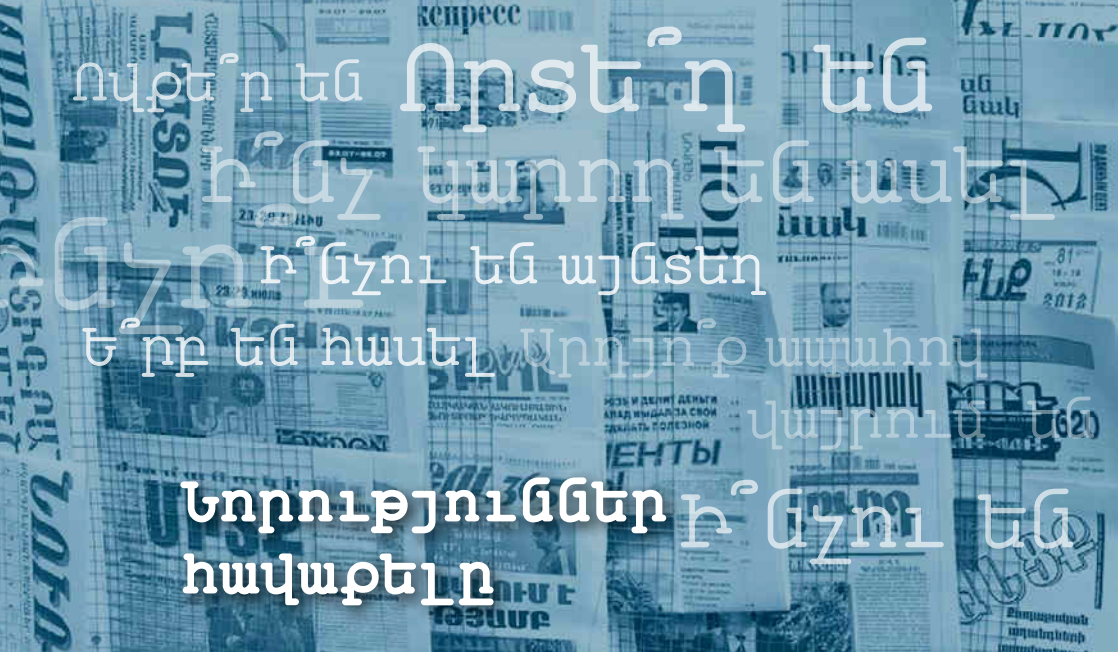
6

- » Կազմեք գործողությունների ծրագիր և ընթացակարգեր՝ նախքան հրատապ իրադարձություններ կաատահեն:
- » Ճշգրտումն ընթացք է, ճանապարհը կարող է փոխվել ամեն փաստի հետ:
- » Ստուգեք աղբյուրները և նրանց տրամադրած տեղեկությունը:
- » Երբեք մի վստահեք աղբյուրներին կամ վերարտադրեք նրանց հայտնածը անկախ նրանից՝ ականատեսներ են, տուժածներ, թե պաշտոնական ներկայացուցիչներ: Սկզբնական աղբյուրից ստացված գնահատականները կարող են լինել սխալ կամ կեղծված, լի հույզերով, ձևավորված սխալ հիշողությամբ կամ սահմանափակ դիտանկյունով:

- » Առարկեք աղբյուրներին՝ հարցնելով՝ որտեղից գիտեն այդ մասին, ուրիշ ինչ աղբյուր ունեն:
- » Համադրեք նրանց հաղորդածը այլ վստահելի աղբյուրների հետ, ինչպիսին փաստաթղթերն են, լուսանկարներն ու ձայնա/տեսագրությունները:
- » Հարցրեք ինքներդ ձեզ՝ արդյո՞ք բավարար չափով տեղյակ եք ճշգրտում անելու համար: Տիրապետո՞ւմ եք այն թեմաներին, որոնք պահանջում են մշակութային, ազգային, կրոնական առանձնահատկությունների ըմբռնում:
- » Աշխատեք թիմի անդամների և փորձագետների հետ. այս ճանապարհը մենակ մի՛ անցեք:

Ուրիշ ի՞նչ

աղբյուր
ունեք



Ուրեմիք եւ Ուրեմիք եւ Ի՞նչ կարող եմ ասել Դ՞նչու եմ այնտեղ Ե՞րբ եմ հասել Արդի՞՞ք ապահով վայրու՞մ եւ Նորութիւններ Ի՞նչու եմ հավաքելը

8

**Հրատապ լուրերի դեպքում հիմնականում
պետք է փնտրել.**

- » Ավելի շատ տեղեկություն այն մասին, թե ինչ է պատահել,
- » Ականատեսներ,
- » Դեպքի/իրադարձության լուսանկարներ և տեսանկյոթեր,
- » Համապատասխան փորձառությամբ և իրազեկվածությամբ մարդկանց:

Ուրեմիք եւ
Ի՞նչ կարող եմ ասել
Ի՞նչու եմ այնտեղ

Տեղեկություն փնտրելու առցանց գործիքներ

[Storyful](#)

[Twitter advanced search](#)

[TweetDeck](#)

[Geofeedia](#)

[NewsWhip](#)

[Facebook search](#)

[Reddit](#)

[Bing social search](#)

[Google advanced search](#)

[Banjo](#)

[Bambuser](#)

[Addictomatic](#)

Այս և այլ աղբյուրներից լուսանկարներ, տեսանյութեր կամ ականատեսների վկայություններ գտնելուց հետո պետք է հաստատել դրանց իսկությունը: Անկախ հանգամանքից՝ հնարավոր ականատեսներն են ուղիղ կապ հաստատել ձեզ հետ, թե դուք եք գտել նրանց սոցիալական ցանցերում, անհրաժեշտ է սպառիչ պատասխաններ ստանալ մի քանի հիմնական հարցերի շուրջ:

- Ովքե՞ր են նրանք:
- Որտե՞ղ են:
- Ի՞նչ կարող են ասել:
- Ի՞նչու են այնտեղ:
- Ե՞րբ են հասել այնտեղ:
- Արդյոք ապահո՞վ վայրում են:

Ականատեսներին վերաբերվեք հարգանքով, նրբանկատորեն և հոգատարությամբ՝ հատկապես այն իրավիճակներում, երբ նրանք վնասվածքներ ունեն կամ էմոցիոնալ ցնցում են ապրել: Համոզվեք, որ չեք վտանգում նրանց ձեր աշխատանքով:

Եթե գործ ունեք լուսանկարների և տեսանյութերի հետ, որոնք անմիջապես ձեզ են ուղարկվել կամ ինքներդ եք ցանցում գտել, մտածեք հետևյալ հարցերի շուրջ.

- Կարո՞ղ եք կապ հաստատել այն անձի հետ, որն ուղարկել, վերբեռնել է պատկերը (լուսանկարը/տեսանյութը):
- Արդյո՞ք ինքն է լուսանկարի/տեսանյութի հեղինակը:
Ըստ նրա՝ ի՞նչ է այն պատկերում:
- Կարո՞ղ է հավելյալ տեղեկություն հաղորդել, օրինակ՝ իր օգտագործած հեռախոսի / տեսախցիկի մակնիշը / մոդելը, օրվա ժամը, ճշգրիտ տեղանքը և իր այնտեղ գտնվելու պատճառը:
- Թո՞ւյլ է տալիս օգտագործել իր լուսանկարը/տեսանյութը և տրամադրել այն ձեր պաշտոնական գործընկերներին:

Այն իրավիճակներում, երբ չեք կարողանում ուղղակիորեն կապվել աղբյուրի հետ կամ նյութի հավաստիությունը հաստատելու համար հավելյալ ստուգումների կարիք ունեք, կարող եք մի քանի այլ քայլեր ձեռնարկել:

- » Խոսեք այդ շրջանի/բնագավառի փորձագետների հետ, ստացեք նրանց գնահատականը ձեր ուսեցած նյութի մասին:
- » Վերլուծեք լուսանկարները՝ փնտրելով կեղծման նշաններ կամ հավելյալ թվանշային տեղեկություն՝ հայտնի որպես [EXIF data](#) (Exchangeable image file format), որը կարող է ներառել լուսանկարն անելու ամսաթիվը, տեսախցիկի մակնիշն ու մոդելը, պատկերի սկզբնական չափերը: Օգտա-

գործեք Photoshop կամ [FotoForensics](#)-ի պես անվճար առ-
ցանց գործիքներ:

»» Որոնեք ըստ նկարների՝ պարզելու, թե արդյոք դրանք ար-
դեն հայտնվել են ցանցում: Օգտվեք [Google-ի նկարների
որոնման համակարգ](#)-ից և [Tineye](#)-ից:

»» Օգտագործեք արբանյակից արված լուսանկարները՝ փոր-
ձելով նույնականացնել պատկերված տեղանքը: [Google](#)-ի և
[Bing](#)-ի քարտեզներից բացի, շատ օգտակար է նաև [Earth
Explorer](#)-ը:

»» Ստուգեք տեղական եղանակի տեսությունը. արդյո՞ք նկա-
րում այդ օրվա համար կանխատեսված եղանակն է: Այս
առումով հատկապես օգտակար է [Wolfram Alfa որոնողա-
կան համակարգի եղանակի բաժինը](#):

»» Ուսումնասիրեք աղբյուրի սոցիալական մեդիայի հաշիվը/
էջը՝ ստուգելով դրա վստահելիությունը, պատմությունը,
այլ օգտատերերի ու կայքերի հետ կապերն ու հարաբերու-
թյունը: Այս նպատակի համար մի քանի օգտակար կայքեր
կան՝ ներառյալ [Fake Follower Check](#)-ը, [Kred](#)-ը և [Klout](#)-ը:

»» Գտեք օգտատիրոջ հաշիվներն այլ սոցիալական ցանցե-
րում: [Pipl](#)-ը մինչ այժմ եղած ամենասպառիչ գործիքն է:

»» Համեմատեք տեղեկությունն այլ հաստատված բովանդա-
կության, այլ լրատվական գործակալությունների հրապա-
րակումների հետ:

Պարզեք, թե կա արդյոք միևնույն կամ նմանատիպ բովանդա-
կության որևէ այլ հիշատակում սոցիալական հարթակներում
կամ ընդհանրապես համացանցում: [Reddit](#)-ն ավելի ու ավելի
հարմար միջոց է դառնում սրա համար:



Տեղեկությունը ստուգելու գործիքներ

12

Ստուգել ինքնությունը

Սոցիալական մեդիայում ակտիվ օգտատերերի կոնսակտային տվյալները և հաշիվները գտնելու առցանց գործիքներ:

- # [AnyWho](#)-ն անվճար տեղեկատու է, որն ունի նաև հեռախոսահամարներով որոնման հնարավորություն:
- # [AllAreaCodes](#)-ը գործիք է, որի միջոցով կարելի է գտնել հեռախոսահամարներին առնչվող անուններն ու հասցեները: Ծառայությունն անվճար է, եթե հեռախոսահամարն առկա է ԱՄՆ-ի և Կանադայի տեղեկատուներում, իսկ ցանկից բացակա համարների մանրամասները կարելի է ստանալ փոքր վճարի դիմաց:

- # **BotOrNot**–ը ստուգում է Twitter–ի միկրոբլոգի ակտիվությունը և գնահատում, թե որքանով է հավանական, որ գործ ունեք ինքնուրույնաբար թարմացվող էջի հետ (bot):
- # **Email Checker**–ը ստուգում է, թե արդյոք տվյալ էլեկտրոնային փոստի հասցեն գոյություն ունի:
- # **Facebook Graph Search**–ը որոնողական համակարգ է, որը միացված է Facebook–ին: Այն տրամադրում է մարդկանց տեղորոշելու պարզեցված մեթոդ: Եթե լրագրողը չգիտի հնարավոր ականատեսների անունները, կարող է այլ չափանիշերով (տեղանք, զբաղմունք, տարիք) որոնում անել՝ նրանց գտնելու համար:
- # **Facebook Graph** լավագույն որոնողական համակարգերից է՝ մարդկանց գտնելու և նրանց մասին Facebook–ում տարածված, բայց ծածուկ տեղեկություն ստանալու համար: Գործիքը թույլ է տալիս ոչ միայն գտնել լուսանկարներ, որոնցում ինչ–որ մեկի անունը նշվել է, կամ որոնք ինչ–որ մեկը հավանել է, այլև հետևել, թե որտեղ է անձը տեղանշում կատարել վերջին անգամ, ներառյալ՝ հյուրանոցները, ռեստորանները և այլ վայրեր:
- # **GeoSocial Footprint**–ը կայք է, որտեղ կարելի է հետևել օգտատիրոջ «ոտնահետքին»՝ ձևավորված Twitter–ի՝ տեղանշմամբ գրառումների, այլ սոցիալական ցանցերում տեղանշումների, տեղանքի որոնումների և հաշվի տվյալների հիման վրա:
- # **Foller.me**–ն Twitter–ի հաշիվների վերլուծության կայք է, տեղեկություն է տրամադրում հաշվի ստեղծման ամսաթվի, վայրի, գրառումների, հետևորդների և այլնի մասին:
- # **HRL Lookups**–ը վճարովի ծառայություն է, որի միջոցով կարելի է ստուգել, թե արդյոք հեռախոսահամարը տվյալ պահին վավերական է, ակտիվ է և որ ցանցին է միացած:
- # **Linkedin**–ը մարդու աշխատանքի, մասնագիտության մասին տեղեկություն ճշտելու ամենակարևոր հարթակներից մեկն է:

- # **Muck Rack**–ը, ի թիվս այլ ծառայությունների, ներկայացնում է հազարավոր լրագրողների Twitter–ում, Facebook–ում, Tumblr–ում, Quora–ում, Google+–ում, LinkedIn–ում, որոնց հաստատում է Muck Rack–ի խմբագիրների թիմը: Կարող եք խնդրել փորձնական տարբերակը կամ վճարել ամսական/տարեկան վճարը:
- # **Numberway**–ը միջազգային հեռախոսային տեղեկատուների անվճար բազա է:
- # **Person Finder**–ը ամենահայտնի տվյալների շտեմարաններից է: Այն բաց ռեսուրս է, տրամադրում կամ փնտրում է տեղեկություն աղետից տուժած մարդկանց մասին: Գործում է միայն հումանիտար աղետի ժամանակ կամ դրանից հետո: Ամեն անգամ, երբ մեծամասշտաբ աղետ է պատահում, Google–ի ճգնաժամային թիմը գործարկում է համակարգը:
- # **Pipl.com**–ը հետևում է մարդկանց ցանցային ակտիվությանը, կարող է օգնել հաստատել նրանց ինքնությունը սոցիալական մեդիայի բազմաթիվ հաշիվների և հանրային տվյալների միջոցով:
- # **Rapportive**–ը Gmail–ի հավելվածն է (plugin), որը ցույց է տալիս կոնտակտային անձի LinkedIn–ի էջը, ինչպես նաև սոցիալական մեդիայի հաշիվները: (Ցանցում տեղեկություն կա այն մասին, որ այս հավելվածը կարող է հասանելիություն ունենալ օգտատիրոջ նամակներին և անձնական տվյալներին):
- # **Spokeo**–ն մարդկանց որոնելու համակարգ է: Կարող է գտնել մարդուն անունով, էլեկտրոնային փոստի հասցեով, հեռախոսահամարով կամ սոցիալական ցանցէջով: Արդյունքում կարելի է իմանալ անձի սեռը, տարիքը, կոնտակտային տվյալները, զբաղմունքը, կրթությունը, ամուսնական կարգավիճակը, ընտանեկան կապերը, տնտեսական կարգավիճակը, տեսնել լուսանկարները:

Ստուգել վայրերը

Տեղանքի, գտնվելու վայրի մասին լրացուցիչ տվյալներ ճշտելու գործիքներ

- # **Flickr**-ը լուսանկարներ տարածելու հարթակ է, որը կարող է օգտագործվել՝ տեղագրված (geolocated) լուսանկարներ որոնելու համար:
- # **Free-OCR.com**-ը լուսանկարից վերցնում/առանձնացնում է տեքստը, որն այնուհետև կարելի է թարգմանել Google Translate-ով կամ որոնել քարտեզագրման ռեսուրսներում:
- # **Google Maps**-ը առցանց քարտեզ է, որը տրամադրում է բարձր որակի օդային կամ արբանյակային պատկերներ, որոնք ներառում են Երկրի մեծ մասը՝ բացառությամբ բևեռների շուրջ եղած վայրերի: Առաջարկում է ֆիզիկական կամ եղանակային քարտեզներ, փողոցների 360 աստիճան պատկերներ և այլն: Այս քարտեզներում կարող են լինել անճշտություններ այն երկրների համար, որտեղ Google-ը սահմանափակ հասանելիություն ունի աշխարհագրական տեղեկություններին:
- # **Google Translate հավելված-ը** կարող է օգտագործվել այլ լեզուներով գրված տեղանքի անունները հասկանալու համար: Ամենաօգտակարը տեսախցիկի հնարավորությունն է. կարող եք լուսանկարել ճանապարհային ցուցանակը, գովազդի վահանակը կամ այլ առարկաներ և հանձնարարել Google Translate-ին թարգմանել գրվածը: (Այս հնարավորությունը հասանելի է միայն հեռախոսների համար ստեղծված հավելվածում):
- # **Google փողոցների «Ժամանակի մեքենա»-ով** կարելի է համեմատել խոշոր քաղաքների փողոցների, շինությունների տեսքը տարբեր ժամանակներում: Շատ օգտակար է հին,

արխիվային լուսանկարներում պատկերված տեղանքը հաստատելու համար:

[Météo-France](#)-ի միջոցով Ֆրանսիայի օդերևութաբանական գործակալությունն ազատորեն հասանելի է դարձնում եվրոպական երկրների ռադարային և արբանյակային պատկերներ, քարտեզներ և եղանակային տվյալներ:

[NASA Earth Observatory](#)-ն ստեղծվել է արբանյակներից ստացված պատկերները հանրությանը ներկայացնելու համար: Այն գործում է որպես պատկերների գլոբալ շտեմարան՝ ազատորեն հասանելի քարտեզներով ու տվյալներով:

[Միացյալ Նահանգների փոստային դասիչները](#) ԱՄՆ առցանց քարտեզն է՝ դասակարգված ըստ փոստային դասիչների (ZIP codes): Օգտվողները կարող են փնտրել կոնկրետ փոստային դասիչ կամ զննել քարտեզը՝ տարբեր փոստային դասիչների մասին տեղեկության համար:

[Wikimapia](#)-ն Google քարտեզների՝ հանրության կողմից ստեղծված տարբերակն է, որը ներառում է նաև տեսարժան կամ հետաքրքրաշարժ վայրերի նկարագրություններ:

[Wolfram Alpha](#)-ն հաշվողական համակարգ է, որը պատասխանում է հարցերին՝ օգտագործելով համակարգված և համադրված տվյալներ իր գիտելիքի շտեմարաններից: Ի տարբերություն որոնողական համակարգերի, որոնք համապատասխան կայքերի հղումներ են տրամադրում, Wolfram Alpha-ն տալիս է ուղիղ, փաստական պատասխաններ և պատկերներ: Հատկապես հարմար է՝ ստուգելու որոշակի օրվա և վայրի եղանակը:

[OpenStreetMap](#)-ը համատեղ ստեղծված անվճար քարտեզ է, որը կարող է օգտակար լինել այլ քարտեզներում չնշված վայրերը փնտրելու համար:

Ստուգել լուսանկարները

Լուսանկարի իսկությունը ստուգելու առցանց գործիքներ

- # **Jeffrey's Exif Viewer**–ը ցույց է տալիս թվանշային լուսանկարի մետատվյալները (EXIF), որոնք ներառում են ամսաթիվն ու ժամը, տեսախցիկի կարգավորումները, որոշ դեպքերում՝ տեղանքը: Հասանելի է նաև Chrome–ի համար հավելվածը:
- # **Findexif.com**–ը նույնպես լուսանկարի EXIF տվյալները ճշտելու համար է:
- # **Foto Forensics** կայքը կատարում է շեղման մակարդակի վերլուծություն (ELA–error level analysis): ELA–ն փնտրում է որակի տարբերություններ լուսանկարում՝ նշելով, թե որտեղ կարող էին փոփոխություններ կատարված լինել:
- # **Izitr**–ը որոշում է, թե արդյոք լուսանկարը խմբագրվել է:
- # **Fuskr**–ը օգտակար հավելված է՝ գտնելու մի սարքավորումից միևնույն սերվերի մեջ վերբեռնված բոլոր լուսանկարները՝ ըստ թվանշային տեսախցիկի ֆայլերի սկզբնական անվանման (օրինակ՝ DSC_0000.JPG):
- # **Google որոնում՝ ըստ պատկերի**. վերբեռնելով լուսանկարը կամ մուտքագրելով դրա ցանցային հասցեն (URL–ը)՝ օգտվողները կարող են գտնել առնչվող կամ նույնական պատկերներ, կայքեր և այլ էջեր, որոնք օգտագործում են տվյալ լուսանկարը:
- # **JPEGSnoop**–ը միայն Windows–ի համար նախատեսված անվճար ծրագիր է, որը կարող է հայտնաբերել, թե արդյոք պատկերը խմբագրվել է: Չնայած իր անվանմանը՝ այն կարող է բացել AVI, DNG, PDF, THM և ներդրված (embedded) JPEG ֆայլեր: Ծրագիրը նաև տրամադրում է մետատվյալները, ներառյալ՝ ամսաթիվը, տեսախցիկի տեսակը, տեսապակու կարգավորումները: Mac օգտագործողների համար JPEGSnoop–ը աշխատում է CrossOver Mac–ի ներքո:

RevEye–ը ավելացնելով Chrome զննարկիչին՝ կարելի է որոնել ոչ միայն Google–ի, այլև TinEye–ի, Yandex–ի, Baidu–ի և Bing–ի բազաներում:

TinEye–ը պատկերների որոնման համակարգ է, որը թույլ է տալիս պարզել, թե որտեղից է տարածվել լուսանկարը, ինչպես է այն օգտագործվել, արդյոք գոյություն ունեն ձևափոխված տարբերակներ կամ ավելի բարձր որակով կրկնօրինակներ:

Ստուգել տեսանյութերը

YouTube DataViewer–ը Amnesty International իրավապաշտպան կազմակերպության ստեղծած գործիքն է, ցույց է տալիս տեսանյութի ներբեռնման ճշգրիտ ամսաթիվն ու ժամը և տրամադրում տեսանյութից կտրած կադրեր՝ Google որոնում անելու համար:

Այլ օգտակար գործիքներ

AIDR հարթակը կիրառում է մարդկային և համակարգչային մոնիթորինգ՝ Twitter–ից բամբասանքները զտելու համար:

Ban.jo–ն հավաքում է սոցիալական բոլոր ցանցերը մեկ հարթակում՝ թույլ տալով խաչաձև ստուգել պատկերներն ու իրադարձությունները:

BlackWidow–ը հետաքննող լրագրողների սիրելի հին գործիքներից է, որը բացահայտում է կայքի կառուցվածքը և թույլ տալիս որոնում կատարել ներսում: Վճարովի ծառայություն է:

CameraV–ը InformaCam–ի հավելվածն է, լուսանկարներին կամ տեսանյութերին կցում է մետատվյալները՝ ժամը, ամսաթիվը և տեղանքը: Այս հավելվածով կարելի է ուղարկել մեդիա ֆայլերը և մետատվյալները երրորդ կողմին՝ օգ-

տագործելով թվանշային ստորագրություն, գաղտնագրում (PGP) և TOR անվտանգ սերվերներ:

- # **Echosec**–ը որոնում է տեղանքով: Այն գտնում, զտում և վերլուծում է սոցիալական մեդիայում հայտնված տեղեկություններ իրական ժամանակում: Վճարովի ծառայություն է:
- # **Feedly**–ն զննարկիչ է և հավելված, կազմակերպում և ավտոմատացնում է լուրերի, բլոգների և YouTube–ի ալիքների որոնումը և դիտարկումը: Անվճար գործիք է՝ վճարովի տարբերակով:
- # **Geofeedia**–ն թույլ է տալիս փնտրել և դիտարկել սոցիալական մեդիայի բովանդակությունը՝ ըստ տեղանքի: Ընտրելով վայրը՝ կստանանք այդ տեղից Twitter–ում, Flickr–ում, YouTube–ում, Instagram–ում և Picasa–ում ավելացված բովանդակությունն իրական ժամանակում: Geofeedia–ն կարող է խաչաձև ստուգել որոշակի վայրերից կատարված գրառումները և պարզել, թե արդյոք մանրամասները համընկնում են:
- # **Google**–ի ընդլայնված որոնմամբ կարելի է ստանալ ավելի հստակ արդյունքներ՝ օգտագործելով որոնման համակցություններ և այլ կետադրական նշաններ (ավելի մանրամասն՝ 36–38 էջերում):
- # **Google Translate**–ի ձայնային ներածման հնարավորությամբ կարելի է արագ թարգմանել տեսանյութը կամ ձայնագրությունը և ընդհանուր պատկերացում կազմել բովանդակության մասին:
- # **Gramfeed**–ը Instagram–ի համար որոնման համակարգ է: Կարող եք որոնել ըստ հաշթագների, ամսաթվի/Ժամի, բանալի բառերի, տեղանքի և վայրերի, ինչպես նաև տեսողականացնել արդյունքները քարտեզի վրա:

- # [PhotoDesk](#)–ը նման է Gramfeed–ին: Mac–ի վճարովի հավելվածն է: Instagram–ին ավելացնում է որոնման համակարգ և թույլ է տալիս ըստ տեղանքի որոնում անել:

- # [HuriSearch](#)–ը որոնում է մարդու իրավունքներին առնչվող ավելի քան 5000 կայքերի բովանդակությունը, գտնում է արդյունքները և գտնում վստահելի աղբյուրներ:

- # [Inoreader](#)–ը RSS ընթերցիչ է՝ մի քանի հավելյալ հնարավորություններով. կարելի է նշել, կազմակերպել և տեսնել ցանցի բովանդակությունը, ներմուծել թարմացումներ սոցիալական մեդիայից և կազմել սեփական վահանակը (dashboard):

- # [Newspapermap](#)–ով կարելի է գտնել և թարգմանել առցանց պարբերականներ:

- # [Pentest Tools](#)–ը թույլ է տալիս գտնել ենթադոմեյնները և թաքնված էջերը: Կարելի է նաև ստուգել հրապարակված, բայց դեռևս հրապարակայնորեն ոչ հասանելի էջերը:

- # [PeopleBrowsr](#)–ը հարթակ է և գործիք, որով կարելի է դիտարկել և համադրել սոցիալական մեդիայի բովանդակությունը՝ ըստ տեղանքի և ժամանակի և զտել արդյունքները: Այն նաև տրամադրում է վստահելիության գնահատական՝ չափելով օգտատիրոջ ազդեցությունը և հասանելիությունը սոցիալական ցանցերում:

- # [SAM Desk](#)–ը սոցիալական մեդիայի կառավարման տարածված գործիք է, թույլ է տալիս որոնել, համադրել օգտատերերի ստեղծած բովանդակությունը և ստուգել այն:

- # [SearchSystems.net](#)–ը անվճար հանրային տեղեկության միջազգային տեղեկագիր է:

[SocialSearcher](#)-ը սոցիալական մեդիայի որոնողական համակարգ է, որը թույլ է տալիս իրական ժամանակում որոնում կատարել և տրամադրում է վերլուծական տվյալներ: Ունի անվճար և վճարովի տարբերակներ:

[Snopes.com](#)-ը ինտերնետային կեղծիքները բացահայտող կայք է, կարելի է օգտագործել օգտատերերի ստեղծած բովանդակությունը ստուգելու համար:

[Twitter List Copy](#)-ը Twitter-ի ցանկերը կազմակերպող պարզ գործիք է: Կարող եք ամբողջովի կատարել Twitter-ի մեկ այլ օգտատիրոջ ցանկում եղած բոլոր հաշիվները և ստեղծել ձեր սեփական ցանկը:

[Yumapic](#)-ը Instagram-ի քարտեզագրման հավելվածն է, որը գտնում է պատկերներ՝ ըստ տեղանքի:

[YouTube-ի դեմքը ծածկող գործիքը](#), ստեղծված է վտանգավոր իրավիճակներում հայտնված մարդկանց անանունությունը ապահովելու համար: Թույլ է տալիս ծածկել մարդկանց դեմքերը տեսանյութերում: Այն օգտագործելու համար տեսանյութը ներբեռնելիս պետք է անցնել Enhancements, ապա՝ Special Effects բաժինները: Այստեղ կարող եք ընտրել բոլոր մարդկանց դեմքերը ծածկելու տարբերակը:



Օգտատերերի ստեղծած բովանդակության ստուգումը

24

Այս խորհուրդները կօգնեն ստուգել ինտերնետում, հասկապես սոցիալական ցանցերում, օգտատերերի ստեղծած կամ վերբեռնած բովանդակությունը (UGC–user-generated content):

Սկսեք այն ենթադրությամբ, որ օգտատերերից ստացած տեղեկությունը սխալ է կամ հարմարեցված, կտրված, պատճենված և/կամ վերաշարադրված այլ համատեքստում:

Նախապես հավաքեք տվյալներ ներբեռնողների մասին և ստուգեք դրանք՝ մինչ կապվելը նրանց հետ և ուղիղ հարցնելը, թե իսկապես իրենք են տուժողները, ականատեսները կամ բովանդակության հեղինակները:

Օգտատերերի բովանդակությունը ստուգեք հետևյալ 3 փուլով.

1. Ճանաչեք և ստուգեք սկզբնական աղբյուրն ու բովանդակությունը:
2. Համեմատեք և վիճարկեք աղբյուրը:
3. Հեղինակից ստացեք բովանդակությունն օգտագործելու թույլտվություն:

1. Ճանաչեք և ստուգեք սկզբնական աղբյուրը և բովանդակությունը

Սկզբնաղբյուր

Օգտատերերի ստեղծած բովանդակությունը ստուգելու առաջին քայլը հաստատելն է, որ գործ ունեք տեղեկության սկզբնական տարբերակի հետ՝ լինի դա Twitter-ի գրառում, պատկեր, տեսանյութ, տեքստային հաղորդագրություն, թե ուրիշ մի բան: Ահա որոշ հարցեր, որոնք կկողմնորոշեն ձեզ:

- Կա՞ն ցանցում նույն կամ նմանատիպ բովանդակությամբ այլ գրառումներ:
- Ե՞րբ է առաջին տեղեկությունը վերբեռնվել/տարածվել:
- Տեղեկությունը տեղանշվա՞ծ է: Կարո՞ղ եք ճանաչել/նույնացնել տեղանքը:
- Կա՞ն կայքեր, որոնց հղում է արվում տեղեկության մեջ:
- Կարո՞ղ եք ճանաչել/նույնացնել մարդուն, որը տարածել/վերբեռնել է տեղեկությունը: Կկարողանա՞ք կապվել նրա հետ՝ իմանալու այլ մանրամասներ:

Եթե գործ ունեք պատկերների հետ, փորձեք սկզբնական տարբերակը գտնել Google-ով կամ TinEye-ով: Տարբեր արդյունքներ ստանալու դեպքում՝ սեղմեք բոլոր չափերի պատկերները ցուցադրելու հղումը (All sizes կամ Biggest image՝ համապատասխանաբար)՝ գտնելու ամենաբարձր որակի կամ ամենամեծ նկարը, որն էլ հենց սովորաբար սկզբնականն է լինում:

Ստուգեք, թե արդյոք պատկերն ունի մետատվյալներ: Օգտվեք Photoshop-ից կամ անվճար գործիքներից, ինչպիսին Fotoforensics.com-ը կամ Findexif.com-ն են՝ ստանալու տեսախցիկի մոդելի, լուսանկարի ամսաթվի և սկզբնական չափերի մասին տեղեկություն: Նկատի ունեցեք, որ ամսաթիվը կարող է ցուցադրվել արտադրողի նշած կարգավորումներով: Որոշ դեպքերում մետատվյալները կարող են փոփոխված լինել նաև լուսանկարը տարածողի կողմից: Սոցիալական ցանցերը, ինչպես Twitter-ը, Facebook-ը և Instagram-ը, դուրս են թողնում մետատվյալների մեծ մասը: Flickr-ը բացառություն է: Պատկերը վերբեռնելու համար օգտագործված շարժական սարքի GPS տվյալները ստանալու համար փորձեք Geofeedia-ն և Ban.jo-ն:

Տեսանյութի սկզբնաղբյուրը փնտրեք YouTube, Vimeo և Youku հարթակներում: Արդյունավետ որոնման համար բանալի բառերում օգտագործեք հապավումներ, տեղանքի անուններ: Ամենից վաղ վերբեռնված տարբերակը փորձեք գտնել տվյալների գտիչով: Կարող եք նաև տեսանյութի կադրերով արդյունքներ փնտրել Google-ի պատկերի որոնումով կամ TinEye-ով:

Աղբյուր

- »» Համոզվեք, որ տեղեկությունը տարածող օգտատերը վստահելի աղբյուր է: Ուսումնասիրեք վերբեռնողի թվանշային հետքը:
- »» Ստուգեք վերբեռնողի պատմությունը սոցիալական ցանցում. որքա՞ն ակտիվ է նա ցանցում, ինչի՞ մասին է խոսում, ի՞նչ է տարածում, որտե՞ղ է ապրում՝ դատելով էջի պատմությունից: Էջում ի՞նչ կենսագրական տվյալներ են հասանելի: Արդյո՞ք էջը ուղղորդում է որևէ այլ տեղ:
- »» Պարզեք, թե ում հետ է կապված վերբեռնողը սոցիալական ցանցում. ովքե՞ր են նրա ընկերները, ո՞ւմ է նա հետևում, ո՞ւմ

հետ է հաղորդակցվում, արդյո՞ք նրա անունն առկա է որևէ մեկի Twitter-ի ցուցակում:

- » Փորձեք գտնել միևնույն անունով/ծածկանունով այլ էջեր ուրիշ սոցիալական ցանցերում: Եթե գիտեք իրական անունը, մարդկանց որոնման կայքերով (Spokeo, White Pages, Pipl.com, WebMil) պարզեք նրա հասցեն, էլեկտրոնային փոստը, հեռախոսահամարը: Այլ սոցիալական ցանցերում, ինչպես LinkedIn-ն է, մանրամասներ փնտրեք որոնվող անձի մասնագիտության, աշխատանքի մասին:
- » Ստուգեք, թե արդյոք վերբեռնողի Twitter-ի կամ Facebook-ի հաշիվը հաստատված է՝ նշորդը (cursor) անցկացնելով կապույտ շրջանակի վրայով: Եթե հաշիվը վավերացված է Twitter-ի կամ Facebook-ի կողմից, հայտնվող պատուհանում կգրվի Verified Account կամ Verified Page:

Եթե գործ ունեք պատկերի կամ տեսանյութի հետ, փորձեք հեղինակի մասին որոշ մանրամասներ պարզել՝ առաջնորդվելով հետևյալ հարցերով.

- Ո՞վ է նա:
- Որտե՞ղ է:
- Ե՞րբ է հասել այնտեղ:
- Ի՞նչ կարող էր տեսնել:
- Որտե՞ղ է կանգնած/որտեղի՞ց է նկարում:
- Ինչո՞ւ է նա այնտեղ:

Ուսումնասիրեք աղբյուրի մյուս առցանց հաշիվները՝ փորձելով գտնել հետևյալ հարցերի պատասխանները.

- Twitter-ում կամ Facebook-ում որոնե՞ք տեսանյութի անհատական կոդը (URL-ի վերջին հատվածը). արդյոք կա՞ն փոխկապակցված հաշիվներ:

- Կա՞ն այլ հաշիվներ (Google Plus, բլոգ կամ կայք), որոնք նշված են տեսանյութի էջում կամ փոխկապակցված են այն վերբեռնողի հետ:
- Փոխկապակցված հաշիվներն ի՞նչ տեղեկություն են տալիս անձի գտնվելու վայրի, գործունեության, մտադրությունների մասին:
- Որքա՞ն ակտիվ են այդ հաշիվները (հավանաբար որքան երկար են ակտիվ, այնքան վստահելի են):
- Ովքե՞ր են սոցիալական մեդիայում նրա ընկերները, և ի՞նչ է ասում դա մեզ՝ տեսանյութը վերբեռնողի մասին:
- Կարո՞ղ ենք գտնել ցանցէջին փոխկապակցված կայքի մասին տեղեկություն whois բազաներից:
- Արդյո՞ք անձի անունը կա տեղական հեռախոսային տեղեկատվություն, Spokeo-ում, Pipl.com-ում, Webmii-ում, LinkedIn-ում, ընտրողների ռեգիստրում:
- Արդյո՞ք առցանց շփումները հուշում են, որ նա կարող է կապ ունենալ տեղեկության մեջ նշված պատմության/տեղանքի հետ:

Բովանդակություն

Ամսաթիվ: Հատկապես լուսանկարների և տեսանյութերի դեպքում պարզեք նկարահանման ամսաթիվը և մոտավոր ժամը:

- »» Wolfram Alfa-ով ճշտեք իրադարձության օրվա եղանակի տեսությունը, համոզվեք, որ ձեր տեսանյութում կամ լուսանկարում նույն եղանակն է:
- »» Ստուգեք օրվա լուրերը: Որոնեք YouTube-ում, Google-ում, TinEye-ում և այլուր՝ իմանալու, թե արդյոք նույն իրադարձությունից այլ տեսանյութեր կամ լուսանկարներ կան, որոնք ձեր ունեցած տարբերակից ավելի վաղ են հայտնվել

ցանցում (հաշվի առեք, որ YouTube-ը ժամը գրում է ըստ Խաղաղօվկիանոսյան ստանդարտ ժամանակի՝ վերբեռնումը սկսելուն պես):

» Պատկերներում և տեսանյութերում որոնեք ցանկացած տարր, որը կարող է մատնանշել ամսաթիվը/ժամը՝ ժամացույց, հեռուստացույցի էկրան, ամսագրի էջ և այլն:

Տեղանք: Ստուգման մյուս վճռական կողմը նյութում պատկերված տեղանքը հաստատելն է:

Պարզեք՝ արդյոք տեղեկությունը պարունակում է տեղանշում: (Որոշ ծառայություններ, ինչպիսին Flickr-ը, Picasa-ն և Twitter-ն են, առաջարկում են տեղանքը ներառելու տարբերակ):

Տեղանշումով լուսանկարները արբանյակային պատկերների հետ համեմատելու համար գտեք վկայակոչման կետեր, ինչպիսին են.

- շինությունների վրայի տառերը, բառերը, ճանապարհային նշանները, մեքենաների պետհամարանիշները, ազդավահանակները (օգտագործեք Google Translate-ը կամ newocr.com-ը՝ դրանք առցանց թարգմանելու համար),
- ճանապարհներն ու բնապատկերները՝ լեռնաշղթա, ծառաշարք, ժայռեր, գետեր,
- ուղենիշերը և շինությունները, ինչպես օրինակ՝ եկեղեցիները, մինարեթները, մարգագազտերը, կամուրջները,
- եղանակային պայմանները, ինչպես արևի լույսը կամ ստվերները՝ ճշտելու օրվա մոտավոր ժամը,
- մեքենաների համարանիշների գրանցման կոդերը,
- մարդկանց հագուստը:

Օգտագործեք Google Street View կամ Google Maps-ի Photos ֆունկցիան՝ ստուգելու, թե արդյոք տեղանշումով լուսանկարները համընկնում են իրական տեղանքի հետ: Հին լուսանկարները/

տեսանյութերը ստուգեք Google Earth-ով, այն արբանյակային լուսանկարների արխիվ է տրամադրում: Օգտվեք ծրագրի՝ տեղանքի ցուցադրման հնարավորությունից:

Ուղենիշերը համեմատեք նաև Wikimapia-ով՝ Google Maps-ի հանրայնորեն ստեղծված տարբերակով:

Տեսանյութերի դեպքում ուշադրություն դարձրեք ևս մի քանի հանգամանքի վրա:

- Ստուգեք լեզուն/լեզուները, որոնք հնչում են տեսանյութում. արդյո՞ք արտասանությունը և բարբառը համապատասխանում են աշխարհագրական տեղանքին:
- Տեսանյութի նկարագրությունն ամբողջական է, կա՞մ անսաթիվ:
- Եթե լոգո է օգտագործված, արդյո՞ք այն առկա է ողջ տեսանյութում և համապատասխանում է YouTube-ում կամ Vimeo-ում էջի տարբերանշանին (avatar):
- Արդյո՞ք վերբեռնողը «հավաքում է» տեսանյութեր լրատվական կազմակերպություններից և YouTube-ի այլ հաշիվներից, թե՞ վերբեռնում է բացառապես իր ստեղծած բովանդակությունը:
- Արդյո՞ք վերբեռնողը գրում է նույն ժարգոնով կամ բարբառով, որը հնչում է տեսանյութում:
- Էջի բոլոր վիդեոները նո՞յն որակի են: (YouTube-ում ընտրեք Settings, այնուհետև՝ Quality, որպեսզի տեսնեք որակը):
- Արդյո՞ք տեսանյութի վերնագրում առկա են ֆայլի հետևյալ տեսակները՝ AVI կամ MP4, ինչը կարող է նշանակել, որ տեսանյութը վերբեռնվել է անմիջապես սարքավորումից: Եթե տեսանյութի նկարագրության մեջ գրված է՝ via YouTube Capture, հնարավոր է՝ տեսանյութը նկարահանվել է սմարթֆոնով:

2. Համեմատեք և վիճարկեք աղբյուրը

Վերը նշված քայլերն անելուց հետո անհրաժեշտ է համադրել ձեռքի տակ եղած տվյալներն ու ևս մեկ անգամ ստուգել դրանք՝ ուշադրություն դարձնելով հետևյալ հանգամանքների վրա.

- Արդյո՞ք պատկերը/տեսանյութը/բովանդակությունը համապատասխանում է այն համատեքստին, որում ստեղծվել է:
- Արդյո՞ք ամեն ինչ իր տեղում է:
- Արդյո՞ք աղբյուրի հայտնած բոլոր մանրամասները կամ հարցերին տված պատասխանները ձեզ ողջամիտ են թվում:
- Արդյո՞ք լրատվամիջոցները կամ այլ կազմակերպություններ արդեն չեն տարածել նմանատիպ պատկերներ/տեսանյութեր:
- Snopes-ում արդյո՞ք սրան առնչվող որևէ բան չկա:
- Արդյո՞ք ձեզ որևէ բան չի թվում ավելորդ կամ չափազանց լավ՝ ճիշտ լինելու համար:

Աղբյուրի հետ կապ հաստատելիս ուղիղ հարցեր տվեք և համադրեք պատասխաններն այն տեղեկության հետ, որը ստացել եք ձեր ուսումնասիրության արդյունքում: Համոզվեք, որ նրա պատասխանները համընկնում են ձեր բացահայտումների հետ:

Պատկերների հեղինակների հետ զրուցելիս հարցրեք նաև լուսանկարի տեղորոշման և EXIF տվյալների մասին, որոնք ճշտել եք Google Street View-ով և Google Maps-ով: Խնդրեք ուղարկել հավելյալ պատկերներ՝ արված քննարկվող օբիեկտից առաջ և հետո: Եթե լուսանկարը վտանգավոր վայրից է, համոզվեք, որ ձեզ հետ խոսելու պահին աղբյուրը անվտանգ պայմաններում է:

Եթե կասկածներ ունեք տեսանյութի կառուցվածքի մասին, տեսանյութը բաղկացուցիչ կադրերի բաժանեք՝ օգտագործելով խմբագրման ծրագրեր, ինչպիսին են VLC մեդիա նվազարկիչը (անվճար), Avidemux-ը (անվճար) կամ Vegas Pro-ն (լիցենզավորված):

Այն դեպքերում, երբ չի հաջողվում ուղիղ կապ հաստատել աղբյուրի հետ, բայց սեփական ստուգումն անելուց հետո վստահ ենք, որ տեղեկությունը կեղծ չէ, տեղյակ պահեք ընթերցողին այդ մասին: Օրինակ՝ հրապարակման մեջ կարելի է նշել. «Մենք չենք կարողացել վերջնականապես հաստատել այս տեղեկությունը, սակայն հավելյալ ստուգումները թույլ են տալիս հավատալ, որ այն իրական է»:

3. Հեղինակից ստացեք բովանդակությունն օգտագործելու թույլտվություն

Հեղինակային իրավունքի մասին օրենքները տարբեր են՝ ըստ երկրների, իսկ օգտվելու կանոնները տարբեր են՝ ըստ ծառայությունների: Պատկերներ, տեսանյութեր և այլ տիպի բովանդակություն օգտագործելու թույլտվություն հեղինակից ստանալը էական է: Թույլտվություն խնդրելիս.

- » Հստակ ձևակերպեք, թե որ պատկերը կամ տեսանյութն եք ցանկանում օգտագործել:
- » Բացատրեք, թե ինչպես է այն օգտագործվելու:
- » Պարզեք, թե ինչպես է անձը ցանկանում հիշատակվել՝ իրական անունով, ծածկանունով, թե՞ անանուն:
- » Մտածեք բովանդակությունը և/կամ անձի անունն օգտագործելու հետևանքների մասին. գուցե գաղտնիության և անվտանգության նկատառումով անհրաժեշտ է ծածկել՝ դեմքը: Հեղինակը/վերբեռնողը վտանգի մեջ չի՞ հայտնվի, եթե օգտագործեք նրա իրական անունը:

Աղետի կամ հրատապ իրադարձությունների Ժամանակ աշխատանքի նախապատրաստվելիս

Աղետի կամ արտակարգ իրավիճակների պայմաններում աշխատանքին պետք է պատրաստվել նախապես: Ահա մի քանի խորհուրդ, որոնք կօգեն ձեզ այդ հարցում:

- » Քննարկեք և որոշեք, թե ինչպես է աշխատելու ձեր կազմակերպությունը հնարավոր աղետների դեպքում: Ճշտեք, թե որն է լինելու անձամբ ձեր անելիքն ու պարտականությունները:
- » Մշակեք աղետների ժամանակ խմբագրության աշխատանքի ընթացակարգեր և գործիքակազմ: Սահմանեք, թե ինչպես եք հաղորդակցվելու արտակարգ իրադրության պայմաններում: Խմբագրության ներքին հաղորդակցությունը կառուցեք նույնքան ամբողջականորեն, որքան արտաքինը:
- » Մտածեք, թե որ տեղեկություններն են առաջնային լինելու տարբեր թիրախային խմբերի համար, որտեղից է հնարավոր լինելու դրանք ձեռք բերել և ինչպես հաղորդել: Պատրաստեք հաղորդագրությունների տեքստեր, որոնք հնարավոր է՝ պետք գան աղետների ժամանակ:
- » Մտեղծեք վստահելի աղբյուրների ցանց: Պաշտոնական և ոչ պաշտոնական աղբյուրներից կազմեք կոնտակտների ցանկեր, որոնք կներառեն արագ արձագանքման ծառայությունների, հասարակական կազմակերպությունների, պետական կառույցների մասնագետներին, փորձագետներին: Ձեր գործընկերներին հասանելի տվյալների բազայում հավաքեք նրանց հեռախոսահամարները, էլեկտրոնային փոստի հասցեները, սոցիալական մեդիայի հաշիվները:
- » Մտեղծեք Twitter-ի ցանկեր՝ ըստ թեմաների կամ աշխարհագրական տեղանքի: Գտեք վստահելի աղբյուրներ

Twitter-ի ընդլայնված որոնման և որոշակի հաշթագերի հետևելու միջոցով: Կարող եք օգտագործել նաև Facebook Interest Lists-ը և Google Plus circles-ը, բաժանորդագրվել YouTube-ի ալիքներին և ստեղծել տեսագանկեր:

- » Կանոնավոր կերպով ստուգեք հիմնական աղբյուրների հետ կապը՝ համոզվելու, որ դրանք գործում են: Պարբերաբար համալրեք ձեր կոնտակտների և աղբյուրների ցանկը, ընդլայնեք աշխարհագրությունը:
- » Սոցիալական ցանցերի ձեր կոնտակտների հետ վստահելի հարաբերություններ կառուցեք, փորձեք երբեմն անձամբ հանդիպել, շփվել: Ճանաչեք այն մարդկանց, որոնք փորձագիտական գիտելիքներ ունեն որոշակի թեմաների վերաբերյալ, խնդրեք նրանց երբեմն օգնել ձեզ, հասկացեք նրանց ուժեղ ու թույլ կողմերը:
- » Նախապատրաստեք ձեր անձնակազմին արտակարգ իրավիճակներում աշխատանքին, հնարավորություն տվեք մասնակցելու աղետների արձագանքման տարբեր ուսուցողական ծրագրերի:



Google որոնման համակցություններ

36

Որոնման արդյունքում ավելի հստակ պատասխաններ ստանալու համար կարող եք օգտագործել որոնման համակցություններ և այլ կետադրական նշաններ: Բացառությամբ ստորև թվարկվածների՝ Google որոնման համակարգը սովորաբար անտեսում է կետադրությունը:

Կետադրություն և նշաններ

Թեև որոնում անելիս կարող եք օգտագործել ստորև ներկայացված կետադրության նշանները, դրանք ներառելը միշտ չէ, որ բարելավում է արդյունքները:

Որոնում գրագեղ որոնում
վերլուծություն

Նշանը	Ինչպես օգտագործել այն
@	Սոցիալական մեդիայում նշումներ (tag) գտնելու համար Օրինակ՝ @googler
\$	Գներ գտնելու համար Օրինակ՝ nikon \$400
#	Թրենդային թեմաներով շատ գործածվող հաշթագերը գտնելու համար Օրինակ՝ #throwbackthursday
-	Երբ բառից կամ կայքի հասցեից առաջ գիծ եք դնում, արդյունքներից բացառում եք այդ տեղեկությունը պարունակող կայքերը: Սա օգտակար է բազմիմաստ բառերի համար, ինչպես՝ «Ցագուար» մեքենայի մակնիշը և յագուար կենդանին: Օրինակ՝ յագուարի արագությունը -մեքենա կամ պանդաներ -wikipedia.org
"	Երբ (անգլերեն) չակերտի մեջ առնեք բառը կամ արտահայտությունը, արդյունքում կհայտնվեն միայն այն էջերը, որոնք պարունակում են նույն բառերը նույն հերթականությամբ, ինչպես գրված է չակերտների ներսում: Օգտագործեք սա, երբ փնտրում եք ճշգրիտ բառ կամ արտահայտություն, հակառակ դեպքում՝ սխալմամբ կբացառեք օգտակար շատ արդյունքներ: Օրինակ՝ "արտակարգ իրավիճակների ուղեցույց"
*	Ավելացրեք աստղանիշ՝ անհայտ բառի փոխարեն: Օրինակ՝ "արտակարգ իրավիճակների *"
..	Բաժանեք թվերը երկու կետերով՝ առանց բացատի, որպեսզի տեսնեք այն արդյունքները, որոնք պարունակում են մեջտեղի թվերը: Օրինակ՝ \$50..\$100

Որոնում
 Գրագե՛տ որոնում
 վերլուծություն

Որոնման համակցություններ

Որոնման համակցությունները (Google Search Combinations) բա-
ներ են, որոնք կարող եք ավելացնել որոնմանը՝ նեղացնելով ար-
դյունքների շրջանակը: Բոլոր համակցությունները մտապահելու
կարիք չկա, դրա փոխարեն կարող եք օգտագործել Google-ի
[ընդլայնված որոնման](#) (Google Advanced Search) էջը:

Համակ- ցությունը	Ինչպես օգտագործել այն
site:	Ստանալ արդյունքներ որոշակի կայքերից կամ դոմեյններից: Օրինակ՝ հրդեհ site:mes.am և հրդեհ site:.gov
related:	Գտնել նման կայքեր: Օրինակ՝ related:google.am
OR	Գտնել էջեր, որոնք օգտագործում են մի քանի բառերից մեկը: Օրինակ՝ “Ազգային ժողով” OR խորհրդարան
info:	Ստանալ տեղեկություն կայքի հասցեի մասին, այդ թվում՝ էջի պահված տարբերակը, նմանա- տիպ էջերը և նրանք, որոնցից հղում է արվում կայքին: Օրինակ՝ info:google.am
cache:	Տեսնել, թե ինչ տեսք է ունեցել էջը, երբ Google-ը վերջին անգամ այցելել է կայք: Օրինակ՝ cache:washington.edu

Նշում: Որոնման համակցություններն աշխատում են միայն
անգլերենով: Երբ որոնում եք կատարում՝ օգտագործելով հա-
մակցություններ կամ կետադրական նշաններ, մի՛ թողեք բա-
ցատ դրանց և որոնվող բառերի/բառակապակցությունների
միջև: Որոնումն արդյունավետ կլինի **site:nytimes.com** տարբե-
րակով, քայց ոչ **site: nytimes.com**-ի դեպքում:

The **Online News Association** is a nonprofit membership organization for digital journalists — connecting journalism, technology and innovation.

Take a look at [what we do](#).

Սոցիալական մեդիայից նորությունների հավաքման էթիկական կանոններ

40

- » Ստուգել օգտատերերի ստեղծած բովանդակության հավաստիությունը՝ նախքան հրապարակելը կամ տարածելը՝ հետևելով նույն չափանիշերին, որոնք համարժեք են այլ ուղիներով ձեռք բերված բովանդակության համար հաստատվածներին:
- » Լինել թափանցիկ (ազնիվ) լսարանի հետ՝ օգտատերերի ստեղծած բովանդակության ստուգման ընթացքի մասին հաղորդելիս:
- » Հաշվի առնել տեղեկություն տրամադրողի հուզական վիճակը և անվտանգությունը:
- » Գնահատել այն վտանգը, որին կարող է ենթարկվել անձը՝ տեղեկություն տրամադրելու մասին ձեր խնդրանքը կատարելիս:

- » Անհրաժեշտության դեպքում կիրառել տեխնիկական միջոցներ՝ աղբյուրների անանունությունը ապահովելու համար:
- » Ձգտել բովանդակությունն օգտագործելու մասին համաձայնություն ստանալ ուղղակիորեն այն ստեղծած անձից:
- » Ազնվորեն տեղեկացնել հեղինակին, թե ինչպես է իր տեղեկությունն օգտագործվելու և ինչ հարթակներում է տարածվելու:
- » Պատշաճ հղում կատարել բովանդակության հեղինակին՝ պայմանով, որ հաշվի են առնվել հնարավոր հետևանքները, ներառյալ՝ նրա ֆիզիկական, մտավոր անվտանգությունը և հեղինակությունը:
- » Սովորեցնել լրագրողներին անվտանգ հաղորդակցվել աղբյուրների հետ սոցիալական մեդիայի միջոցով և խուսափել թվանշային հետքեր թողնելուց:
- » Պաշտպանել և աջակցել այն լրագրողներին, որոնք հանդիպել են զգայուն կամ մտահոգիչ բովանդակության: Ձևավորել աշխատանքային մշակույթ, որը լրագրողներին թույլ կտա արտահայտվել կամ օգնություն հայցել, երբ կարիք ունենան պաշտպանության:

Նշում: *Online News Association-ի (ONA) այս փաստաթուղթն աշխարհի բոլոր լրատվական և լրագրողական կազմակերպություններին ուղղված առաջարկ է՝ կանոնակարգելու հանրության կողմից ստեղծված բովանդակության օգտագործումը՝ լրագրության մեջ ընդունված չափանիշների և փորձի հիման վրա:*

Ականատեսների տարածած բովանդակությունը (Eyewitness Media)

emhub.co, 2015

#1 Լրագրողները պետք է միշտ **մտածեն ականատեսների ֆիզիկական և հուզական անվտանգության մասին**, երբ հաղորդակցվում են նրանց հետ որևէ իրադարձության ժամանակ:

- Լրագրողները պետք է ջանան **հրապարակել կադրերը, որոնք արդեն նկարահանվել են**, ոչ թե խնդրեն հավելյալ նյութ, հատկապես եթե դա կարող է վտանգի ենթարկել որևէ մեկին:
- Լրագրողները պետք է ուշադիր լինեն այն հանգամանքի նկատմամբ, որ **ականատեսը կարող է տեսած լինել չափազանց տրավմատիկ մի բան** և/կամ ընկճված լինել մեղիայի անսպասելի ուշադրությունից:

#2 Ականատեսից բովանդակությունն օգտագործելու թույլտվություն հայցելիս Լրագրողները պետք է **աշխատեն թափանցիկ և հնարավորության դեպքում բացատրեն, թե երբ և որտեղ կարող է բովանդակությունը հրապարակվել**, արդյոք այն տրամադրվելու է այլ կազմակերպությունների, որոնք են դրանք:

#3 Եթե ականատեսը վերբեռնել է բովանդակությունը սոցիալական ցանցում, իսկ Լրագրողը ցանկանում է զետեղել այն իր նյութում առանց հավելյալ թույլտվության, վերջինս պետք է **հաշվի առնի ականատեսի մտադրությունը՝ թե որտեղ կարող է նա ողջամտորեն սպասել իր ստեղծած բովանդակության հրապարակմանը**:

#4 Ականատեսի տրամադրած տեղեկությունը հրապարակելիս Լրագրողները պետք է **միշտ մտածեն այն մասին, թե ինչպես**

կազմի դա տեսանյութում կամ լուսանկարում երևացող ցանկացած մարդու (և նրա ընտանիքի) վրա:

#5 Լրագրողները պետք է **հարցնեն, թե արդյոք ականատեսը ցանկանում է վկայակոչվել որպես բովանդակության հեղինակ՝** բացատրելով հնարավոր օգուտներն ու վտանգները: Պետք է ասվի, որ երբեմն դա կարող է հանգեցնել առցանց վիրավորանքների կամ վնասել նրա հեղինակությանը:

#6 Լրագրողները պետք է **աշխատեն ականատեսների հետ այնպես, որ նրանք զգան արդարացի վերաբերմունք և/կամ ստանան փոխհատուցում**, երբ նրանց լուսանկարները կամ տեսանյութերն օգտագործվում են ուղղակիորեն եկամուտ ստանալու նպատակով:

Նշում: Այս առաջնորդող սկզբունքները ստեղծվել են ի պատասխան բազմաթիվ խմբագրությունների խնդրանքի, որոնք փորձում են գտնել և կիրառել ականատեսների տարածած բովանդակությունն (*eyewitness media*) օգտագործելու էթիկապես ճիշտ տարբերակներ:

Տեղեկությունն արդյունավետ ասուգելու հիմնական խորհուրդներ

- » Դիտարկեք տարբեր հարթակներ (ներառյալ Facebook-ը, YouTube-ը, Twitter-ը, Soundcloud-ը, AudioBoo-ն, Bambuser-ը):
- » Նկատեք և հասկացեք լրահոսի զարգացումները (օգտագործեք այնպիսի գործիքներ, ինչպիսիք են Hootsuite-ը, Tweetdeck-ը, Trendsmap-ը և Twitterfall-ը՝ ստեղծելու ցանկեր և ճանաչելու թրենդային թեմաները):
- » Նախապես ստեղծեք անհրաժեշտ կապեր և կոնտակտների ցանց, որպեսզի նվազեցնեք աշխատանքի լարվածությունը:
- » Օգտագործեք պատկերների ձևափոխություններն ուսումնասիրելու անցանց գործիքներ (ներառյալ TinEye-ը, Google Images-ը և Wolfram Alpha-ն):

- » Զրուցեք աղբյուրների հետ և համեմատեք պատասխանները սոցիալական ցանցերում նրանց տվյալների հետ, ուշադիր ուսումնասիրեք սոցիալական մեդիայի տարբեր հարթակներում նրանց հաշիվների պատմությունը:
- » Օգտագործեք Whois գործիքները՝ կայքերը ստուգելու համար:
- » Ստուգեք պատկերների՝ Photoshop-ով ձևափոխված լինելը:
- » Կիրառեք «Չափազանց լավն է՝ ճիշտ լինելու համար» թեստը:
- » Կազմակերպեք առցանց քննարկման խմբեր և կասկածների դեպքում՝ դիմեք փորձագետների (օգտագործեք Snope-ի պես կայքեր՝ առասպելներն ու հասարակ խաբեությունները արագ նկատելու համար):
- » Պարզեք, թե արդյոք կադրերը խմբագրված են:
- » Հասկացեք, թե որքան հրատապ է թեման. կարելի՞ է ստուգման ավելի շատ քայլեր կատարել նախքան հրապարակումը:
- » Մտածեք, թե ինչպես եք հրապարակելու չհաստատված տեղեկությունը:
- » Հաշվի առեք ցանկացած թույլտվություն և հղում, որը կարող է անհրաժեշտ լինել:
- » Հստակորեն նշեք, թե ինչ չափով է տեղեկությունը ստուգվել:
- » Եթե սխալ եք արել կամ նոր տեղեկություն է երևան եկել, թողարկեք հստակ և բոլորին հասանելի ուղղում:

Օգտակար աղբյուրներ

[FirstDraftNews](#)

[The Verification Handbook](#)

[BBC Academy](#)

[Bellingcat](#)

[Verification Junkie](#)

[Storyful Blog](#)

[#dailydebunk](#)

[Observeurs](#)

[StopFake](#)

[Citizen Evidence Lab](#)

[Witness Library](#)

Չափսը՝ 60x84/16: Ծավալը՝ 3 տպ. մամուլ:
Թուղթը՝ օֆսեթ: Տպագրությունը՝ օֆսեթ:



Անտարես

Տպագրվել է «Անտարես»
հրատարակչատանը

ՀՀ, 0009, ք. Երևան, Մաշտոցի 50ա/1
Հեռ.՝ +(374 10) 58 10 59; 58 09 59; 56 15 26
Էլ. փոստ՝ antares@antares.am
Կայք՝ www.antares.am

1. 🎥

Արդյո՞ք դիտում եք ՆԱԽՆԱԿԱՆ տարբերակը

- ՈՉ** Բանալի բառերով որոնման արդյունքում սոցցանցերում գտել ենք տեսանյութի ավելի հին տարբերակները:
- Տեսանյութի կադրերով որոնելիս՝ հանդիպել ենք նույն նյութի առցանց այլ տարբերակների, բայց անկարող ենք հաստատել, թե որն է սկզբնականը:
- Կայքի հասցեի (URL) որոնումը հուշում է, որ գործ ունենք առցանց տարածված առաջին տարբերակի հետ, բայց չենք կարողանում կապ հաստատել վերբեռնողի հետ:
- Չենք կարողանում գտնել տեսանյութի այլ տարբերակներ ինտերնետում:
- ԱՅՈ** Այն անմիջապես մեզ է ուղարկվել, և մենք զրուցել ենք աղբյուրի հետ:

2. 🎥

Գիտե՞ք, թե ՈՎ է նկարահանողը

- ՈՉ** Տեսանյութը ստացել ենք անանուն էլեկտրոնային հասցեից կամ հեռախոսահամարից:
- Այն վերբեռնվել է սոցիալական ցանց, բայց օգտատիրոջ անունը ինտերնետում այլ տեղ չի երևում: Վերբեռնողը ցանկանում է մնալ անանուն:
- Որոնելով օգտատիրոջ ամբողջական անունը, հաշվի լուսանկարը և/կամ հետազոտելով, թե ում է պատկանում բլոգի կամ կայքի հասցեն՝ ճանաչել ենք հեղինակին:
- Շփվել ենք վերբեռնողի հետ սոցիալական ցանցում՝ հաստատելու համար, որ նա է տեսանյութի հեղինակը:
- ԱՅՈ** Մենք հարցեր ենք տվել աղբյուրին, և նրա պատասխանները համընկել են եղանակի տեսության, օգտագործված սարքավորման մասին տվյալների և ինտերնետում իր ակտիվության հետ:

3. 🎥

Գիտե՞ք, թե ՈՐՏԵՂ է տեսանյութն արվել

- ՈՉ** Տեսողական նշանները տեսանյութում շատ սահմանափակ են, որպեսզի կարողանանք հաստատել, թե որտեղ է այն արվել:
- Ուղեկցող տեքստի թարգմանությունը հուշում է, թե որտեղ է կատարվել տեսանկարահանումը, բայց մենք չենք կարողացել ճանաչել տեղանքը:
- Օգտագործել ենք տեսողական հուշումներ, ինչպես՝ նշանները, ճարտարապետությունը, հագուստը, աշխարհագրական տեղանքը ճանաչելու համար:
- Համեմատել ենք բնապատկերներն ու ուղեւիշերը՝ օգտագործելով քարտեզագրման գործիքներ, և հաստատել ենք լայնության/երկայնության կոորդինատները:
- ԱՅՈ** Հարցրել ենք աղբյուրին, և տեսանյութի վայրի մասին նրա պատասխանը համընկել է տարածքը նույնացնող այլ նշանների հետ:

4. 🎥

Գիտե՞ք, թե ԵՐԲ է տեսանյութն արվել

- ՈՉ** Տեսանյութը մեզ ուղարկվել է անանուն, և որևէ մետատվյալ առկա չէ:
- Մենք պարզել ենք, թե երբ է առաջին տարբերակը վերբեռնվել սոցիալական ցանց, սակայն չունենք որևէ տվյալ այն մասին, թե երբ է տեսանյութը նկարահանվել:
- Սոցցանցում տեսանյութի հայտնվելու ժամանակը ցույց է տալիս, որ այն վերբեռնվել է իրադարձությունից կարճ ժամանակ անց և պատկերում է տեսողական փաստեր, որոնք համընկնում է այլ ականատեսների վկայությունների հետ:
- Խոսել ենք աղբյուրի հետ և հաստատել, որ նա տեղանքում է եղել, երբ տեսանյութն արվել է:
- ԱՅՈ** Հաստատել ենք, որ տեսանյութում նշմարվող եղանակային պայմանները և ստվերները համապատասխանում են աղբյուրի հայտնած ժամանակին և տեղին:

5. 🎥

Գիտե՞ք, թե ԻՆՉՈՒ է տեսանյութն արվել

- ՈՉ** Չգիտենք, թե ով է տեսանյութի հեղինակը, ուրեմն չենք կարող պարզել, թե ինչ դրդապատճառներ կարող էր ունենալ:
- Վերբեռնողի սոցիալական մեդիայի հաշիվը նոր է ստեղծվել և/կամ նա հազվադեպ է առցանց գրառում անում: Սոցցանցերում քիչ նյութեր կան նրա շարժառիթը կամ դրդապատճառները պարզելու համար:
- Վերբեռնողի իրական անվամբ ընդարձակ որոնումից պարզել ենք, որ նա կապ ունի ակտիվիստների կամ իրավապաշտպանների հետ, բայց հավելյալ տեղեկություն չունենք կոնկրետ այս նյութի հետ կապված նրա դրդապատճառների մասին:
- Սոցիալական մեդիայում վերբեռնողի ակտիվությունը տվյալ շրջանում հաստատում է տեսանյութն անելու նրա դրդապատճառները: օրինակ՝ լրագրող է, արձակուրդում է կամ աշխատում է դեպքի վայրին մոտ:
- Խոսել ենք աղբյուրի հետ, և նա հաստատել է տեսանյութին առնչվող հանգամանքները:

1. 📷

Արդյո՞ք նկարը ԲՆՕՐԻՆԱԿՆ է:

- ՈՉ** Պատկերի որոնումով գտել ենք նույնպիսի լուսանկարներ, որոնց՝ ինտերնետում նշված վերբեռնման ժամանակը նախորդում է խնդրո առարկա իրադարձությանը:
- Պատկերի որոնումով գտել ենք նույնական հատկանիշներով նմանատիպ արդյունքներ, ինչը նշանակում է, որ մեր փնտրածը կարող է տարբեր լուսանկարների համադրություն լինել:
- Սոցցանցերում որոնումը ցույց է տալիս, որ մեր ունեցած պատկերը տարածված բազմաթիվ տարբերակներից առաջինն է բեռնվել, բայց դեռևս հաստատում չունենք այն վերբեռնողից:
- Չի հաջողվում գտնել այլ տարբերակներ ինտերնետում, և ստվերի, լույսի համամասնությունները ցույց են տալիս, որ պատկերը չի կեղծվել:
- ԱՅՈ** Լուսանկարն անմիջապես մեզ է ուղարկվել, և մենք խոսել ենք աղբյուրի հետ:

2. 📷

Գիտե՞ք, թե ՈՎ է նկարի հեղինակը

- ՈՉ** Այն ստացել ենք անանուն էլեկտրոնային հասցեից կամ հեռախոսահամարից:
- Այն վերբեռնվել է սոցիալական ցանց, բայց օգտատիրոջ անունը ինտերնետում այլ տեղ չի հայտնվում: Վերբեռնողը ցանկանում է մնալ անանուն:
- Որոնելով օգտատիրոջ ամբողջական անունը, հաշվի լուսանկարը և/կամ հետազոտելով, թե ում է պատկանում բլոգի կամ կայքի հասցեն՝ կարողացանք ճանաչել հեղինակին:
- Կապ ենք հաստատել վերբեռնողի հետ սոցցանցով՝ հաստատելու համար, որ նա է լուսանկարի հեղինակը:
- ԱՅՈ** Մենք հարցեր ենք տվել աղբյուրին, և նրա պատասխանները համընկել են եղանակի տեսության, օգտագործված սարքավորման մասին տվյալների և ինտերնետում իր ակտիվության հետ:

3. 📷

Գիտե՞ք, թե ՈՐՏԵՂ է լուսանկարն արվել

- ՈՉ** Տեղանքի մասին ոչ մի տվյալ չկա, և լուսանկարը չի պարունակում որևէ տեսողական հուշում՝ հետաքննելու համար:
- Մենք այն համեմատել ենք դեպքի վայրից եկող այլ լուսանկարների հետ, բայց չկա որևէ պատկեր արբանյակից կամ փողոցից, որպեսզի հաստատենք տեղանքը:
- Օգտվել ենք տեսողական հուշումներից, ինչպես՝ նշանները, ճարտարապետությունը, հագուստը, աշխարհագրական տեղանքը ճանաչելու համար:
- Համեմատել ենք բնապատկերներն ու ուղեւիշերը՝ օգտագործելով քարտեզագրման գործիքներ, և հաստատել ենք լայնության/երկայնության կոորդինատները:
- ԱՅՈ** Աղբյուրը կարողացել է հաստատել այլ ուղեւիշեր իր տեսադաշտում, որոնք համընկել են առցանց քարտեզներում պատկերվածների հետ:

4. 📷

Գիտե՞ք, թե ԵՐԲ է լուսանկարն արվել

- ՈՉ** Այն մեզ է ուղարկվել անանուն, և որևէ EXIF տվյալ առկա չէ:
- Մենք պարզել ենք, թե երբ է ամենաառաջին տարբերակը վերբեռնվել սոցիալական ցանց, սակայն չունենք որևէ տվյալ այն մասին, թե երբ է լուսանկարն արվել:
- Սոցցանցում լուսանկարի հայտնվելու ժամանակը ցույց է տալիս, որ այն վերբեռնվել է իրադարձությունից կարճ ժամանակ անց և պատկերում է տեսողական փաստեր, որոնք համընկնում է այլ ականատեսների վկայությունների հետ:
- Հաստատել ենք, որ եղանակային պայմանները և ստվերները, որոնք տեսնելի են պատկերում, համապատասխանում են աղբյուրի հայտնած ժամանակին և տեղին:
- ԱՅՈ** Լուսանկարը պարունակում է EXIF տվյալներ, որոնք, համադրվելով այլ ստուգումների արդյունքների հետ, հաստատում են դրա ստեղծման ժամանակը:

5. 📷

Գիտե՞ք, թե ԻՆՉՈՒ է լուսանկարն արվել

- ՈՉ** Չգիտենք, թե ով է լուսանկարի հեղինակը, ուրեմն չենք կարող պարզել, թե ինչ դրդապատճառներ կարող էր ունենալ:
- Վերբեռնողի սոցիալական մեդիայի հաշիվը նոր է ստեղծվել և/կամ նա հազվադեպ է առցանց գրառում անում: Սոցցանցերում քիչ նյութեր կան նրա շարժառիթը կամ դրդապատճառները պարզելու համար:
- Վերբեռնողի իրական անվամբ ընդարձակ որոնումից պարզել ենք, որ նա կապ ունի ակտիվիստների կամ իրավապաշտպանների հետ, բայց հավելյալ տեղեկություն չունենք կոնկրետ այս նյութի հետ կապված նրա դրդապատճառների մասին:
- Սոցիալական մեդիայում վերբեռնողի ակտիվությունը տվյալ շրջանում հաստատում է տեսանյութն անելու նրա դրդապատճառները: օրինակ՝ լրագրող է, արձակուրդում է կամ աշխատում է դեպքի վայրին մոտ:
- Լուսանկարիչը հաստատել է նկարին առնչվող հանգամանքները: