

ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄՏՈՒԳՈՒՄ

Բուհական դասընթացի
մեթոդական ուղեցույց



**Տեղեկությունների
ստուգում
Բուհական դասընթացի
մեթոդական ուղեցույց**

Երևան 2019



ՀՏԴ 070(07)
ԳՄԴ 76.01
S 309

S 309 Տեղեկությունների ստուգում: Բուհական դասընթացի մեթոդական ուղեցույց.— Եր.: Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն, 2019.— 64 էջ:

Գիրքը պատրաստել է Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոնը՝ Վիշեգրադ միջազգային հիմնադրամի և Նիդերլանդների Թագավորության արտաքին գործերի նախարարության ֆինանսավորմամբ “Transitions” (TOL) հասարակական կազմակերպության կողմից իրականացվող «Ապակողավորելով կեղծ տեղեկատվությունը. պրոֆեսիոնալ և ուսանող լրագրողների կրթական ծրագրի» շրջանակում:

ՀՏԴ 070(07)
ԳՄԴ 76.01

ISBN 978-9939-1-0799-8

© Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն, 2019

Հեղինակներ՝

Տաոյանա Հովհաննիսյան
Մանե Պապյան
Հարություն Ծատրյան
Հրանտ Գալստյան
Գեղամ Վարդանյան
Լուսինե Գրիգորյան

Խմբագրական կազմ՝

Հրանտ Գալստյան
Լուսինե Գրիգորյան
Նարինե Սաֆարյան
Նունե Սարգսյան

Ձևավորումը՝

«Զանգակ» հրատարակչության

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ներածություն	4
Թեմա 1. Ինչու է տեղեկությունների ստուգումը կարևոր.....	6
Թեմա 2. Տեղեկությունների ստուգման լրագրողական սկզբունքները.....	11
Թեմա 3. Որոնում ինտերնետում	15
Թեմա 4. Որոնում սոցիալական ցանցերում.....	20
Թեմա 5. Բաց տվյալների հետ աշխատանք.....	25
Թեմա 6. Տեղորոշում (գեոլոկացիա).....	30
Թեմա 7. Լուսանկարների ստուգում	37
Թեմա 8. Տեսանյութի ստուգում.....	47
Հավելված. Ավարտական հարցաշար.....	55

Այս ուղեցույցը նախատեսված է բուհերի լրագրության ու հաղորդակցության բաժիններում տեղեկությունների ստուգման թեմայի դասավանդմանն աջակցելու համար: Այն առաջարկում է ութ թեմատիկ դասերից կազմված դասընթացի ծրագիր և դասավանդելու մեթոդական ուղեցույց:

Տեղեկությունները ստուգելն ու ճշգրտելը լրագրության հիմնական սկզբունքներից է, որ ավանդաբար դասավանդվում է բուհերում: Բայց դրա մեթոդները, գործիքները փոխվել են, ավելի ճիշտ՝ ընդարձակվել. տեղեկատվական դարաշրջանում լրագրողը հաճախ գործ է ունենում անանուն աղբյուրներից, կեղծ կայքերից ու օգտատերերից ստացված տեղեկությունների հետ, ստանում է լուսանկարներ ու տեսանյութեր, որոնց իսկությունը հնարավոր է պարզել միայն ժամանակակից թվային և օնլայն հարթակների, գործիքների օգնությամբ:

Հատկապես արագ զարգացող իրադարձությունների ժամանակ՝ ցույցեր, ընտրություններ, բնական աղետներ, զանգվածային միջոցառումներ, ինֆորմացիոն հոսքը դժվար է կառավարել, և կեղծ ու կասկածելի տեղեկություններն ավելի հեշտ են ներխուժում լրահոս: Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների, սոցիալական ցանցերի դարում աշխատող լրագրողը պիտի գինված լինի հմտություններով ու գործիքներով՝ փաստերն ու լուրերը հնարավորինս արագ ստուգելու և լսարանին ճշտված ու վստահելի տեղեկություն փոխանցելու համար:

Այս ուղեցույցը գալիս է օգնելու դասախոսին՝ ավելի լավ պատկերացնելու թեման և ներկայացնելու այն ուսանողներին: Ուղեցույցը պատրաստվել է դասախոսների հետ համատեղ՝ հաշվի առնելով բուհերի ուսումնական ծրագրերի նրբությունները, տեխնիկական գինվածությունը, դասավանդման դժվարությունները և հնարավորությունները:

Ուղեցույցի թեմաներից յուրաքանչյուրի դասավանդման համար ներառված են թեմատիկ և մեթոդական հուշումներ, գործնական

աշխատանքի օրինակներ, օնլայն գործիքների ու լրացուցիչ նյութերի հղումներ: Գրքի վերջում դասընթացի ավարտական հարցաշարն է, որ ներառում է յուրաքանչյուր թեմայից երեք-չորս հարց: Հարցերի մի մասին պատասխանելու համար ուսանողներին անհրաժեշտ է օգտվել համակարգչից և ինտերնետից: Եթե հնարավոր չէ ապահովել դա քննության/գիտելիքի ստուգման ընթացքում, դասախոսը պետք է փոփոխի հարցաշարը՝ փոխարինելով ինտերնետի առկայություն պահանջող հարցերը:

Ուղեցույցն, իհարկե, խորությամբ չի մանրամասնում բոլոր թեմաները, այլ ընդհանրացնում է դրանց առանձնահատկությունները, մատնանշում է կարևոր կետերը, տրամադրում գործնական աշխատանքի նմուշներ: Հետաքրքրված դասախոսները կարող են իրենց գիտելիքն ու հմտությունները կատարելագործել ինքնակրթությամբ՝ օգտվելով ուղեցույցում առկա գրականության ցանկից ու հղումներից. այստեղ կան թե՛ հայալեզու ռեսուրսներ, թե՛ անգլերեն ու ռուսերեն հոդվածներ, ձեռնարկներ, օնլայն դասընթացներ:

Բուիը կարող է իր հայեցողությամբ կիրառել առաջարկվող դասընթացը՝ արդեն առկա առարկաների մեջ ներառելով կամ դարձնելով այն առանձին առարկա:

Որպես լավագույն փորձ՝ առաջարկում ենք տեղեկությունների ստուգման ութ թեմաները դարձնել լրագրության վարպետության կամ համարժեք պարտադիր դասընթացի բաղադրիչ՝ հենց առաջին կամ երկրորդ կուրսում: Իսկ ավարտական կուրսում և/կամ մագիստրատուրայում նախընտրելի է տեղեկությունների ստուգման առանձին խորացված դասընթաց առաջարկել ուսանողներին, որը կօգնի մասնագիտանալու քարտեզների, բաց տվյալների բազաների, սոցիալական ցանցերի և պատկերների մշակման ծրագրերի հետ աշխատանքում ու դրանց միջոցով տեղեկությունների ճշգրտման գործում:

ԹԵՄԱ 1.

ԻՆՉՈ՞Ւ Է ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՍՏՈՒԳՈՒՄԸ ԿԱՐԵՎՈՐ

6

Թեմայի նկարագրություն

Աշխատանքի ընթացքում լրագրողներն առնչվում են մեծ թվով փաստաթղթերի, տվյալների, լուսանկարների, տեսանյութերի, ականատեսների վկայությունների հետ: Այդ բոլորը անհրաժեշտ է ստուգել՝ հրապարակումներում օգտագործելուց առաջ:

Դասընթացի այս հատվածը նպատակ ունի ներկայացնել տեղեկությունների ստուգման կարևորությունը լրագրողի և խմբագրության աշխատանքում:

Անգլերենում տարբերակում են երկու հիմնական տերմին՝ Information Verification (տեղեկությունների ստուգում) և Fact Checking (փաստերի ստուգում)՝ առաջինը սահմանելով որպես լրագրության հիմնարար սկզբունք, երկրորդը՝ դրա առանձին կիրառություն: Տեղեկությունների ստուգումը լրագրողական նյութի պատրաստման բաղկացուցիչն է. լրագրողը միշտ պետք է տեղեկությունները ճշտի մի քանի աղբյուրից և ստուգի հրապարակելուց առաջ: Իսկ փաստերի ստուգում ասելիս հիմնականում նկատի են ունենում արդեն հրապարակված, հայտարարված փաստերի ու տվյալների ստուգումը՝ որպես լրագրողական աշխատանքի արդյունք: Օրինակ՝ համապատասխան գերատեսչությունը հայտարարում է, որ զբոսաշրջիկների հոսքը երեք անգամ ավելացել է Նախորդ տարվա համեմատությամբ, լրագրողը ստուգում է այդ փաստը՝ համադրելով տարբեր աղբյուրների տեղեկություններ, վիճակագրական տվյալներ ու զբոսաշրջության աճի վրա ազդող գործոններ: Իհարկե, երկուսն էլ գործ ունեն տեղեկությունների հաստատման կամ հերքման հետ, օգտվում են հիմնականում

Նույն գործիքակազմից և կիրառվում են ոչ միայն լրագրողների, այլև ակտիվիստների, իրավապաշտպանների, սոցցանցերի օգտատերերի և այլոց կողմից (ավելին կարդալ այստեղ՝ Silverman, Verification Handbook, <https://goo.gl/PrRBmV>):

Ստուգման ենթակա տեղեկություններ են պաշտոնական հայտարարություններում ու ելույթներում, օգտատերերի ուղարկած նամակներում, ինչպես նաև՝ այլ տեղեկատվամիջոցների (մեդիա) հրապարակումներում առկա պնդումները, անունները, տվյալները, բայց նաև՝ լուսանկարները, տեսանյութերը և այլն: Դրանք կարող են լինել կեղծ կամ չստուգված, տարածվել դիտավորյալ կամ անփութորեն:

Սոցիալական ցանցերի տարածվածությունը հատկապես արդիական է դարձնում տեղեկությունների ստուգումը. բովանդակություն ստեղծում են ոչ միայն խմբագրությունները, այլև լրագրության հետ կապ չունեցող մարդիկ, ովքեր կարող են նաև անանուն լինել կամ կեղծանունով ներկայանալ համացանցում: Այստեղ հրապարակված գրառումները կարող են ինչպես դիտավորյալ խմբագրված, ձևախեղված կամ բեմադրված լինել, այնպես էլ պարունակել ավելորդ հուզականություն, անփութության պատճառով լինել թերի, չստուգված, խիստ անձնավորված ու կտրված համատեքստից:

Երբ պրոֆեսիոնալ խմբագրությունն առնչվում է նման տեղեկությունների հետ, դրանք ստուգելու համար պետք է իրականացնի ստուգման մի ամբողջ գործընթաց՝ կիրառելով ժամանակակից առցանց գործիքներ: Այնուամենայնիվ, եթե տեղեկությունը սպառիչ կերպով չի հաստատվում կամ հերքվում, անհրաժեշտ է այդ մասին հայտնել ընթերցողին:

Մեթոդաբանություն

Թեման ներկայացնելուց առաջ կամ դասի վերջում դասախոսը կարող է քննարկում կազմակերպել տեղեկությունների ստուգման կարևորության շուրջ. ինչո՞ւ լրագրողները կամ խմբագրությունները պետք է ստուգեն տեղեկությունները, եթե չի հաջողվել ստուգել հավաստիությունը, ինչո՞ւ տեղեկացնել այդ մասին լսարանին, ստուգման գործընթացում ի՞նչ էթիկական հարցեր կարող են առաջ գալ և այլն: Որպես տնային առաջադրանք՝ ուսանողներին կարելի է հանձնարարել գտնել մամուլի մեկական հրապարակում, որտեղ ներկայացված տեղեկությունները իրենց կարծիքով կեղծ են կամ ոչ հավաստի: Ուսանողները պետք է փորձեն առանձնացնել ստուգման ենթակա տեղեկությունները և բացատրել՝ ինչու են դրանք կասկածելի թվում: Դա կօգնի նրանց տարբերակել ստուգման անհրաժեշտություն ունեցող տեղեկությունները, ինչպես նաև հասկանալ ստուգման գործընթացը լսարանին ներկայացնելու կարևորությունը:

Գործնական աշխատանք

1) Դիտե՛ք տեսանյութը (<https://goo.gl/XecbqK>), որը պատրաստվել է ռուսական «Առաջին ալիք» հեռուստաընկերության կողմից 2014 թ. ռուս-ուկրաինական հակամարտության օրերին:

Քննարկե՛ք ուսանողների հետ՝ արդյո՞ք ռեպորտաժը պարունակում է կեղծ կամ կասկածելի տեղեկություններ: Ինչո՞ւ: Ի՞նչ միջոցներ կարող էր ձեռնարկել լրագրողը՝ նյութը ստուգելու համար:

Հանձնարարե՛ք համացանցում որոնել տեղեկություններ ռեպորտաժում ներկայացված թեմայով կամ հենց ռեպորտաժի մասին: Ի՞նչ չափորոշիչներով պետք է առաջնորդվել՝ այդ հրապարակումների արժանահավատությանը ստուգելու հարցում (օրինակ՝ տեղեկատվամիջոցի անունն ու հեղինակությունը, քաղաքական կողմնորոշումը, վերջապես՝ ներկայացված հակափաստարկների հիմնավորվածությունը):

2) Մեկ այլ օրինակ. ամերիկյան թերթերից մեկը գրում է՝ կենտրոնական հետախուզական վարչության նախկին աշխատակիցը խոստովանել է, որ ինքն է սպանել Մերլին Մոնրոյին (<https://goo.gl/BJPY9y>): Ինչպե՞ս ստուգել լուրի արժանահավատությունը:

Փորձե՛ք որոնել ԿՀՎ աշխատակցի նկարը (լուսանկարի որոնման մասին՝ *Թեմա 7-ում*): Google արդյունքների 2-րդ էջում կտեսնեք The Guardian-ի հոդվածը հիվանդանոցում բանտարկյալներին շղթայելու պրակտիկայի մասին, որտեղից էլ վերցված է լուսանկարը: Կարելի է նայել նաև կայքի բնութագիրը Disclaimer բաժնում, որտեղ գրված է, որ բոլոր կերպարները մտացածին են (<https://goo.gl/i1gea7>):

Քննարկե՛ք, թե ուրիշ ինչ կարելի էր անել նախքան հոդվածը վերահրապարակելը (<https://goo.gl/QX5ZBR>):

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- կիմանա՝ ինչ է տեղեկությունների ստուգումը և ինչու է այն կարևոր մասնագիտական գործունեության ընթացքում,
- կկարողանա առանձնացնել ստուգման ենթակա տվյալները,
- ծանոթ կլինի տեղեկությունների ստուգման տեսական մոտեցումներին, էթիկական նորմերին:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

stopfake.org, <https://goo.gl/wk6cGd> — տեղեկությունների ստուգման ռեսուրսների ցանկ՝ StopFake-ից, որ զբաղվում է ռուսական լրատվամիջոցներով տարածվող կեղծ լուրերի բացահայտմամբ

Storyful (<https://goo.gl/26yYmy>) — սոցիալական մեդիայի տեղեկությունների վերլուծության ու ստուգման հարթակ

Citizen Evidence Lab (<https://goo.gl/XStWFH>) — օգտատերերի կողմից ստեղծված բովանդակությունը ստուգելու պրակտիկաների, տեխնիկաների ու գործիքների կայք՝ իրավապաշտպանների համար

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», էջ՝ 4–11, Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

«Ստուգված է» խորագիր, Media.am, <https://goo.gl/CMvE3y>

Educator's Guide: Types of Online Fakes, Verification Handbook, <https://goo.gl/S9wYgz>

A Field Guide to “Fake News” and Other Information Disorders,

<https://goo.gl/A56rN5>

Graves L., The Rise of Fact-Checking Sites in Europe, 2016,

<https://goo.gl/B7NugW>

Կեղծ նորությունների պատմությունը ներկայացնող հոդվածներ՝

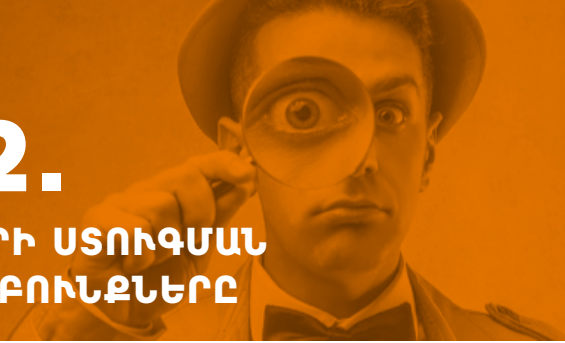
<https://goo.gl/6ZNLPK>

<https://goo.gl/HC5yuR>

<https://goo.gl/Jkqhgd>

ԹԵՄԱ 2.

ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱՏՈՒԳՄԱՆ ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ՍԿՋԲՈՒՆՔՆԵՐԸ



Թեմայի նկարագրություն

Դասընթացի այս հատվածը տեղեկությունների ստուգման հիմնական կանոնների և ժամանակակից ռեսուրսների մասին է:

Տեղեկությունների արդյունավետ ստուգման համար անհրաժեշտ է համադրել լրագրության ավանդական մեթոդները և թվանշային առցանց գործիքների հնարավորությունները:

Ավանդական լրագրության սկզբունքներից մեկն ասում է, որ ցանկացած տեղեկություն պետք է ստուգել երկու և ավելի աղբյուրներից մինչև հրապարակելը:

Ո՞րն է տվյալ տեղեկության ձեր աղբյուրը: Եթե աղբյուրը մարդ է, որտեղից է տեղեկացել իրողության մասին, արդյո՞ք նա առաջնային աղբյուր է: Վստահ եք, որ ձեր ձեռք բերած թվանշային նյութերը (լուսանկար, տեսանյութ) ձևափոխված չեն: Վերջապես, ուրիշ ինչ աղբյուրներ կան, որոնք կարող են հավաստել տեղեկությունը:

Ժամանակակից տեղեկատվական տեխնոլոգիաները հաճախ հեշտացնում են այս և նման շատ այլ հարցերի պատասխանները ստանալու գործը: Օրինակ՝ աղբյուրի ինքնությունը կարելի է ստուգել ինչպես օնլայն ռեգիստրների ու սոցիալական ցանցերի միջոցով, այնպես էլ հարթակների, որոնք մեկ էջում ներկայացնում են մարդկանց հաշիվները (account) բոլոր սոցիալական ցանցերում: Կան նաև կայքեր, որ օգնում են գտնել տեսանյութի սկզբնաղբյուրը կամ հասկանալ, թե արդյոք խմբագրված է լուսանկարը (*Գործիքներ/ռեսուրսներ* բաժնում ներկայացված են դրանցից մի քանիսը, իսկ դրանք կիրառելու համար անհրաժեշտ է յուրացնել նաև դասընթացի հաջորդ թեմաները):

Պետք է ձգտել տեղեկությունները հրապարակել աղբյուրները ստուգելուց և նրանց հաղորդածը հաստատելուց հետո միայն: Եվ կարևոր է հիշել՝ եթե չի հաջողվում լիարժեքորեն հաստատել կամ հերքել տեղեկությունը, անհրաժեշտ է այդ մասին հայտնել ընթերցողին:

Մեթոդաբանություն

Դասախոսը թեման ներկայացնելուց առաջ կարող է հանձնարարել ուսանողներին ձևակերպել իրենց մոտեցումները և պատկերացումները հետևյալ հարցերի վերաբերյալ. ինչ պատճառներով կարող են աղբյուրները կեղծ կամ սխալ տեղեկություն հաղորդել, ինչպե՞ս կարելի է ստուգել որևէ աղբյուրից ստացված տեղեկությունը, ինչ առցանց գործիքներ գիտեն, որոնք կօգնեն լրագրողներին, օրինակ, բացահայտել աղբյուրների հաշիվները սոցիալական ցանցերում կամ ստուգել նրանց տարածած բովանդակության իսկությունը: Ամփոփելով պատասխանները՝ դասախոսը ներկայացնում է տեղեկությունների ստուգման լրագրողական հիմնական սկզբունքները, սխալ կամ կեղծ տեղեկությունների տարածման պատճառներն ու մեխանիզմները, ինչպես նաև տարբեր բնույթի տեղեկությունների ստուգման ժամանակակից թվանշային գործիքների հնարավորությունները:

Գործնական աշխատանք

Դասախոսն ուսանողներին առաջարկում է վերլուծել հայաստանյան և արտասահմանյան տեղեկատվամիջոցների նյութեր, որոնք հրապարակվել են առանց աղբյուրները ստուգելու և տեղեկությունը հաստատելու: Ուսանողների խնդիրն է դիտարկվող նյութերում գտնել լրագրողի թույլ տված սխալները և փորձել նկարագրել քայլերն ու ձևակերպել հարցադրումները, որոնք պետք է անեին լրագրողները ոչ հավաստի տեղեկություն հրապարակելուց խուսափելու համար:

Հանձնարարությունը կարելի է կազմակերպել խմբային աշխատանքի ձևով:

13

Օրինակներ քննարկման համար

«Երբ ֆիլտրերը չեն աշխատում. խավարում «Արմնյուզ»-ի եթերում», media.am – <https://goo.gl/EXy6YL>

Преступление, которого не было. Почему Rolling Stone отозвал статью об изнасиловании в университете Виргинии, meduza.io – <https://goo.gl/PYkL66>

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- կիմանա տեղեկությունների ստուգման հիմնական սկզբունքները և ժամանակակից գործիքները,
- կկարողանա պլանավորել իր գործողությունները և ձևակերպել հարցադրումներ՝ տեղեկությունները ստուգելու համար,
- կտիրապետի տեղեկությունների ստուգման տեսական և գործնական մոտեցումներին:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

Fake Follower Check, Kred, Klout, Email Checker, Facebook Graph Search, Linkedin, Pipl.com — հարթակներ՝ ինքնությունը ստուգելու համար

Google Maps, OpenStreetMap — գործիքներ տեղանքը ստուգելու համար

Jeffrey's Exif Viewer, Findexif.com, Foto Forensics, Google պատկերի որոնում, TinEye — գործիքներ լուսանկարները ստուգելու համար

YouTube Data Viewer — տեսանյութերը ստուգելու համար

14

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», էջ՝ 4–11, Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

Մելվին Մենչեր, «Լրագրության հիմունքներ», <https://goo.gl/ffRx5x>

«Ճշմարտության հաստատման, ստուգման լրագրությունը», էջ 63–86, Բիլ Կովաչ և Թոմ Ռոզենշթայլ, «Լրագրության հիմունքները»,

«Ինտերնյուս», 2003, <https://goo.gl/Hn7EB4>

«Լիտերատուսի արկածները», տեղեկությունների ստուգման կրթական խաղ, Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, Literatus.media.am

Silverman, C., Verification Handbook, <https://goo.gl/nS74tp>

ԹԵՄԱ 3.

ՈՐՈՆՈՒՄ ԻՆՏԵՐՆԵՏՈՒՄ

Թեմայի նկարագրություն

Ինտերնետում արհեստավարժ որոնումը հաճախ հեշտացնում և արագացնում է տեղեկությունների ճշտման գործընթացը՝ լրագրողներին օգնելով գտնել մեծ ծավալի տեղեկություններ ու համեմատել տարբեր աղբյուրներ: Դասընթացի այս բաժինը ներկայացնում է տեղեկությունների որոնման հիմնական հարթակները և նկարագրում խոշորագույն որոնողական համակարգում՝ Google search-ում, ընդլայնված (advanced) որոնում անելու քայլերը:

15

Google-ը ամենատարածված որոնողական համակարգն է: Այն հնարավորություն է տալիս ինչպես պարզ, ընդհանուր որոնում անելու, այնպես էլ որոնելու տարբեր չափանիշներով՝ ընտրելով, օրինակ, տեղեկության հրապարակման ժամանակը, լեզուն, տիրույթը (domain) և այլն: Google-ի ընդլայնված որոնում (advanced search) ծառայությունը ավելի արդյունավետ է դարձնում գործընթացը:

Ի տարբերություն պարզ որոնման՝ այս դեպքում անհրաժեշտ է որոնվող բառին զուգահեռ նշել համակցություններ, որոնք կօգնեն ավելի հստակ պատասխաններ ստանալ: Օրինակ՝ կարելի է նշել, թե կոնկրետ որ կայքում, ինչ ֆորմատի փաստաթղթերում (Word, Excel, PDF...) կամ ինչ լեզվով ենք ցանկանում գտնել որոնվող բառը կամ արտահայտությունը (մանրամասն տե՛ս *Գործնական աշխատանք* բաժնում):

Google որոնողական համակարգին այլընտրանք է DuckDuckGo–ն (duckduckgo.com), որը չի արխիվացնում որոնումը և չի պահպանում փնտրողի տվյալները: Եթե Google–ը, օրինակ, Հայաստանից որոնելիս, սկզբում ցուցադրում է հայաստանյան արդյունքները, ապա DuckDuckGo–ն արդյունքները ներկայացնելիս չի առաջնորդվում որոնողի տեղանքով կամ լեզվով:

Яндекс–ը (yandex.com) բավական հարմար է ռուսերեն ռեսուրսներում տեղեկություն որոնելու համար:

Որոնողական համակարգերի շարքում առանձնանում է WolframAlpha–ն (wolframalpha.com): Եթե Google–ի կամ այլ ընկերությունների որոնողական համակարգերը փնտրում ու ներկայացնում են ինտերնետում հրապարակված բովանդակություն՝ ըստ փնտրվող բառերի, ապա WolframAlpha–ն նաև վերլուծում է տեղեկությունները, համեմատում տվյալները և վերջնարդյունքն առաջարկում դիագրամներով: Օրինակ՝ կարելի է փնտրել Նյու Յորքի և Լոս Անջելեսի բնակչության տվյալների համեմատականը անգլերենով, ինչը կներկայացվի միանգամից դիագրամի կամ աղյուսակի տեսքով:

Մեկ այլ որոնողական հարթակ է ASK–ը (ask.com), որը հնարավորություն է տալիս որոնում իրականացնելու հաճախ տրվող հարցերի, առաջացած զանազան խնդիրների լուծումների վերաբերյալ: Bing–ը (bing.com) ավելի մեծ ընտրանք է առաջարկում տեսանյութեր որոնելիս:

Մեթոդաբանություն

Դասի տեսական մասում դասախոսը ուսանողներին ներկայացնում է այն գործիքները, որոնք առկա են *Գործիքներ/ռեսուրսներ բաժնում*, անդրադառնում է դրանց աշխատանքի սկզբունքային տարբերություններին և հնարավորություններին:

Գործնական աշխատանքին նվիրված մասում դասախոսը էկրանին ներկայացնում է նշված հրահանգները Google–ի ընդլայնված որոնման համակարգում, ցույց տալիս, թե ինչպես են գործում

դրանք, ինչ էլ պետք հաշվի առնել դրանցից օգտվելիս: Հնարավորության դեպքում անհրաժեշտ է թույլ տալ ուսանողներին անձամբ փորձարկել Google-ի ընդլայնված որոնումը, ինչպես նաև դասի գործնական հատվածում առաջարկված մյուս ռեսուրսները: Նրանք պետք է ծանոթանան առանձին համակարգերում որոնելու դժվարություններին և առավելություններին, համեմատեն տարբեր համակարգերի ներկայացրած արդյունքները:

Գործնական աշխատանք

Գործնական աշխատանքը կարելի է կազմակերպել այդ պահին ակտուալ թեմաներով որոնում անելու միջոցով: Կարելի է նաև ուսանողներին հանձնարարել՝ հիշել իրենց փորձից մի դեպք, երբ հոդվածի համար անհրաժեշտ տեղեկությունը դժվարացել են գտնել: Արդյո՞ք նոր գործիքներն ու մեթոդները օգտակար կլինեն այդ հարցում:

Ահա մի քանի օրինակներ, թե ինչպես կարելի է արդյունավետ որոնում անել Google-ում: «Համալսարան» բառը որոնելիս, օրինակ, Google-ն առաջարկում է մոտ 13,5 մլն հղումներ: Google-ի ընդլայնված որոնման ծառայության միջոցով կարող ենք նեղացնել արդյունքների շրջանակը:

Եթե որոնվող բառից հետո գրենք այն կայքի անունը, որտեղ ցանկանում ենք որոնել այն (օրինակ՝ *site:armtimes.com*), կստանանք միայն «Հայկական ժամանակ» օրաթերթի կայքում (*armtimes.com*) եղած «համալսարան» բառի հղումները:

Google-ի ընդլայնված որոնման միջոցով կարելի է նշել, թե ինչ տեսակի ֆայլերում ենք ցանկանում որոնել տեղեկությունը (PDF, Word, Excel և այլն): Նման հրահանգի համար փնտրվող բառից առաջ պետք է գրել filetype: Օրինակ՝ եթե փնտրում ենք «համալսարան» բառը պարունակող Excel փաստաթուղթ, ապա Google որոնողական համակարգում պետք է որոնել *համալսարան filetype:xls*: Նույն կերպ կարելի է Word փաստաթուղթ որոնել՝ օգտագործելով doc կամ docx հապավումները:

Ընդլայնված որոնման ժամանակ կարելի է նաև կոնկրետացնել որոնման արդյունքներն ըստ ժամանակի՝ նշելով որոշակի ամսաթվեր կամ ժամանակային միջակայք: Որոնման առաջին էջի վերին աջ անկյունից ընտրելով Tools, այնուհետև Any time տարբերակները՝ կարող ենք որոշակիացնել, թե որ ժամանակահատվածում հրապարակված տեղեկություն ենք որոնում:

Որոնողական համակարգի հիմնական էջից ընտրելով Google Advanced Search տարբերակը՝ կարող եք տեսնել որոնման առաջարկվող բոլոր չափանիշներն ու սահմանափակումները:

Google ընդլայնված որոնման ավելի մանրամասն ուղեցույցը (հայերեն) կարելի է գտնել այստեղ՝ <https://goo.gl/WLMLXb>:

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- կհասկանա որոնման համակարգերի աշխատանքի տրամաբանությունը,
- կճանաչի տարբեր համակարգերի առանձնահատկություններն ու հնարավորությունները,
- կկարողանա կատարել արագ և արդյունավետ որոնում:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

Google Search, <https://www.google.com> — Google ընկերության որոնողական համակարգը

Google Advanced search, https://www.google.com/advanced_search — Google-ի ընդլայնված որոնում

DuckDuckGo, <https://duckduckgo.com> — որոնողական համակարգ, որը չի հավաքում օգտատերերի անձնական տվյալները

WolframAlfa, <https://www.wolframalpha.com> — հաշվողական (computational) որոնողական համակարգ

Pipl, <https://pipl.com>, և Spokeo, <https://www.spokeo.com> — մարդկանց որոնելու համակարգեր

19

Yandex, <https://yandex.ru> — Yandex որոնողական համակարգ

Yandex Advanced Search, <https://www.yandex.com/search/advanced> — Yandex ընդլայնված որոնում

Bing, <https://www.bing.com> — Bing որոնողական համակարգ

ASK, <https://www.ask.com> — Ask որոնողական համակարգ

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», էջ՝ 4–11, Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

Silverman C., The Verification Handbook for Investigative Reporting, 2015, 2-րդ գլուխ, <https://goo.gl/3yRCfU>

Investigative Research Links and Articles, Paul Myers, <https://goo.gl/w4M1DN>

Լրացուցիչ հղումներ և խորհուրդներ, <https://goo.gl/Nu9YiE>

ԹԵՄԱ 4.

ՈՐՈՆՈՒՄ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՑԱՆՑԵՐՈՒՄ

20

Թեմայի նկարագրություն

Լրագրողի աշխատանքում սոցիալական ցանցերը օգնում են ինչպես թեմաներ գտնելու, այնպես էլ տեղեկություններ ստուգելու հարցում: Ովքեր կարող են լինել պաշտոնյայի բիզնես գործընկերները, ինչ կապեր ունեն մարդիկ, որոնց մասին ինտերնետային պարզ որոնումը քիչ բան է ասում, ովքեր են ապրում այն քաղաքում, որտեղից ականատեսների կամ տեղեկություն ստանալու կարիք ունենք, սրանք մի քանի օրինակներ են հարցերի, որոնց պատասխանները կարող ենք ստանալ՝ սոցիալական ցանցերում որոնում կատարելով:

Նմանատիպ հարցերի դեպքում կարելի է պարզապես այցելել որևէ մարդու էջ (profile) և փորձել գտնել անհրաժեշտ տեղեկությունը: Facebook սոցիալական ցանցի օգտատերերն են որոշում, թե ում համար հասանելի կլինի իրենց հրապարակած տեղեկությունը, և եթե այն բաց է հանրության համար (public), ուրեմն գտնելը դժվար չի լինի: Բայց կան տարբեր ռեսուրսներ, որոնք ավելի արդյունավետ և արագ են դարձնում որոնումը (տես թեմայի *Գործիքներ/ռեսուրսներ* բաժինը): Նման հարթակները թույլ են տալիս մեկ էջում տեսնել, օրինակ, օգտատիրոջ մեկնաբանած (commented) լուսանկարները, գտնել նրա ընկերներին և այլն (stalkscan.com; graph.tips...):

Հնարավոր է նաև արդյունավետ որոնում անել հենց սոցցանցերի ներսում՝ մեկ էջում ցուցադրելով որոնման արդյունքները: Այդ կերպ Facebook-ում հնարավոր է ոչ միայն գրառում, անձի հաշիվ, խումբ կամ լուսանկար որոնել ու գտնել, այլև ստանալ, օրինակ, իսպաներեն խոսող ընկերների կամ ԵՊՀ-ի 2015 թ-ի շրջանա-

վարտների ցանկը: Այս սոցցանցում որոնելիս պետք է հաշվի առնել երկու հանգամանք. որոնումը արդյունավետ է, երբ այն կատարվում է անգլերենով (օր.՝ Friends, who live in London) և հաշվի կարգավորումներում ընտրված է անգլերենը՝ որպես սոցցանցն օգտագործելու լեզու (Settings – Language):

Twitter-ը հնարավորություն է տալիս որոնելու որոշակի աշխարհագրական տարածքից կատարված գրառումների մեջ, ինչը օգտակար կարող է լինել տվյալ վայրում տեղի ունեցող զարգացումների, իրադարձությունների ականատեսներ գտնելու համար (մանրամասները՝ <https://goo.gl/pw1nPy>):

Վերջին տարիներին մեդիայում, այդ թվում՝ հայաստանյան տեղեկատվամիջոցներում, շատ են օրինակները, երբ կարևոր իրադարձությունների մասնակիցների մասին մանրամասներ են գտնվել սոցիալական ցանցերում (2013թ. դեկտեմբերին Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում Երևանի քաղաքապետ (2011–2018) Տարոն Մարգարյանի ատենախոսության պաշտպանության ժամանակ լրագրողների մուտքն արգելողների ինքնությունը հնարավոր եղավ պարզել օնլայն որոնումների միջոցով: Նույն կերպ նաև ճշտվեցին մանրամասներ 2018թ. ապրիլ–մայիս ամիսներին Թավշյա հեղափոխության քաղաքացիական անհնազանդության ակցիաների ժամանակ քաղաքացիների ու լրագրողների ծեծած դիմակավոր մարդկանց մասին):

Դասընթացի այս բաժինը փոխանցում է գիտելիք և հմտություններ, որոնք իմանալով և լրագրողական աշխատանքում կիրառելով՝ կարելի է արդյունավետ դարձնել որոնումը, գտնել արժեքավոր տեղեկություններ սոցիալական ցանցերում:

Մեթոդաբանություն

Դասի տեսական մասում դասախոսը ուսանողներին ներկայացնում է այն դեպքերը, երբ անհրաժեշտություն կա սոցցանցերում որոնում կամ տեղեկության ճշգրտում անելու՝ լրագրողական նյութի պատրաստման համար: Այս ոլորտում մշտապես փոփոխու-

թյուններ են լինում. ի հայտ են գալիս նոր գործիքներ, որոնք նոր հնարավորություններ են առաջարկում, ուրիշները դադարում են գործել: Դասախոսը ներկայացնում է ժամանակակից թվանշային գործիքները՝ քննարկելով, թե լրագրողական աշխատանքում ինչ կիրառություն կարող են ունենալ դրանք:

Անհրաժեշտ է հատկապես բացատրել սոցցանցերի աշխատանքի, հետևաբար նաև՝ դրանցում որոնման տրամաբանությունը, ցրել ուսանողների հնարավոր տպավորությունը, թե սոցցանցերում ամեն ինչ որոնելի է և ամեն բան կարելի է գտնել: Կարիք կլինի նաև ընդգծելու այլոց մասին տեղեկություններ հրապարակելիս նրանց անձնական կյանքի գաղտնիության իրավունքի հարցը: Սոցցանցերում որոնումների նպատակը պետք է լինի հոգվածի համար անհրաժեշտ հարցերի պատասխաններ գտնելը, հանրության համար կարևոր թեմաների բացահայտման համար տեղեկություններ ճշտելը և ոչ երբեք՝ մարդկանց հետևելը կամ նրանց մասին տեղեկություններ հավաքելը:

Գործնական աշխատանքին նվիրված մասում դասախոսը էկրանին ցույց է տալիս սոցցանցերում որոնման համար կիրառվող հիմնական տեխնիկաները (մեթոդներ, կայքեր, բջջային հավելվածներ), հակիրճ ներկայացնում յուրաքանչյուրի առաջարկած հնարավորությունները, առավելություններն ու սահմանափակումները:

Կարևոր է, որ ուսանողները կիրառեն *Գործիքներ* բաժնում առաջարկված ռեսուրսները. նրանք կարող են որոնել իրենց հետաքրքրող թեմաներով տեղեկություններ, համեմատել տարբեր կայքերի հնարավորությունները և աշխատանքի մատչելիությունը:

Գործնական աշխատանք

Դասի գործնական հատվածում ուսանողները կարող են առանձնացնել սոցցանցերում առկա այնպիսի տեղեկություններ, որոնք կօժանդակեն իրենց հոգվածներին (ներկա կամ նախկին):

Այնուհետև նրանք կփորձեն գտնել այդ տեղեկությունները դասի ընթացքում նկարագրված մեթոդներով:

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- կիմանա սոցիալական ցանցերում որոնման առանձնահատկությունները,
- կկարողանա արդյունավետ որոնում իրականացնել ինչպես ցանցերում, այնպես էլ այդ նպատակով ստեղծված առանձին կայքերում:

23

Գործիքներ / ռեսուրսներ

Stalkscan.com, <http://stalkscan.com/en> — Facebook-ում առկա հանրային տեղեկության որոնման հարթակ

Facebook Graph Search Generator, <http://graph.tips> — Facebook-ում առկա հանրային տեղեկության որոնման հարթակ

Twitter Advanced Search, <https://twitter.com/search-advanced> — Twitter սոցցանցի ներքին որոնման համակարգ

TweetDeck, <https://tweetdeck.twitter.com> — առանձնացնում է որոշակի թեմայով գրված կամ որոշակի օգտատերերի հեղինակած tweet-երը՝ ցուցադրելով դրանք մեկ էջում

Banjo Application, <https://banjo> — տեղանքով պայմանավորված բովանդակության որոնում Twitter, Facebook, Instagram սոցցանցերում, Android և iOS օպերացիոն համակարգով աշխատող հեռախոսների համար

Այլ ռեսուրսներ՝

Keyhole, <http://keyhole.co> — Twitter-ում և այլ սոցցանցերում որոնման համար

Search is Back!, <https://searchisback.com/#people> — Facebook-ում մարդկանց, միջոցառումների, հրապարակումների, լուսանկարների որոնման համար

Social Searcher, <https://www.social-searcher.com> — սոցցանցերում ընդհանուր որոնման գործիք

Tagboard, <https://tagboard.com> — փնտրում է ըստ պիտակների (hashtag)

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

Silverman C., The Verification Handbook for Investigative Reporting, 2015, 6-րդ գլուխ, <https://goo.gl/3yRCfU>

Investigative Research Links and Articles, Paul Myers, <https://goo.gl/Dx9pA2>

ԹԵՄԱ 5.

ԲԱՅ ՏՎՅԱԼՆԵՐԻ ՇԵՏ ԱՇԽԱՏԱՆՔ

Թեմայի նկարագրություն

Շատ լրագրողական հետաքննություններ արվում են՝ հիմնվելով բացառապես տեղեկությունների բաց աղբյուրների վրա՝ ինտերնետում հասանելի տվյալների շտեմարաններ, պետական վիճակագրություն, բյուջե, զեկույցներ ու տեղեկատուներ:

Այս դասի ընթացքում կներկայացվեն բաց տվյալների հայաստանյան և միջազգային մի քանի շտեմարաններ ու աղբյուրներ և դրանց հետ աշխատելու սկզբունքները: Սրանք օգտակար աղբյուրներ են՝ առնվազն նախնական հետազոտություն անելու և ավելի խոր ուսումնասիրության անհրաժեշտությունը որոշելու համար:

Թեև արևմտյան երկրների համեմատությամբ Հայաստանում տեղեկությունները պակաս հասանելի են, բայց կան որոշ ռեգիստրներ, որոնցում կարելի է նույնականացնել մարդկանց ու գտնել նրանց հասցեները (elections.am), ստուգել նրանց անունով գրանցված ընկերությունները (e-register.am), նրանց մասնակցությամբ դատական գործերի առկայությունը (datalex.am), գույքի և եկամուտների հայտարարագրերը, եթե ներկա կամ նախկին պաշտոնյաներ են (ethics.am), պետական գնումներին նրանց հետ առնչվող ընկերությունների մասնակցությունը (armeps.am, gnumner.am և old.gnumner.am), այդ ընկերությունների մասին կառավարության կամ այլ պետական մարմնի ընդունած որոշումները (arlis.am, e-gov.am, azdarar.am) և այլն:

Ինչպես տեղական, այնպես էլ միջազգային նշանակության տեղեկությունների համար բաց աղբյուրներ կարող են լինել սոցիալական ցանցերը, որտեղ կարելի է ոչ միայն որոնում անել

(տե՛ս Թեմա 4-ը), այլև զտել որոշակի թեմայով կատարվող գրառումները (TweetDeck):

FlightRadar-ը և MarineTraffic-ը համաժամանակյա տեղեկություններ են տալիս համապատասխանաբար ինքնաթիռների և նավերի չվացուցակների մասին (այս նպատակի համար կան այլ ռեսուրսներ ևս):

Կայքերի մասին (այդ թվում՝ դրանք գրանցողների) տեղեկություն կարելի է ստանալ այդ նպատակով ստեղծված ռեգիստրներից (դրանք շատ են, սակայն հիմնականում նույն տեղեկությունն են առաջարկում. Google-ում “whois database” որոնումը կներկայացնի մի քանիսը):

Որևէ թեմայի զարգացումներին հետևելու համար ցանկալի է օգտվել Google Alert-ից, որը գրանցվողին էլեկտրոնային փոստով տեղեկացնում է նշված թեմայով հայտնվող հրապարակումների մասին:

Տեղեկությունների բաց աղբյուրներ են նաև տնտեսական, քաղաքական, իրավապաշտպան կառույցների զեկույցները:

Մեթոդաբանություն

Դասի տեսական մասում դասախոսը կարող է խոսել այն մասին, թե ինչու է կարևոր տեղյակ լինել տեղեկությունների բաց աղբյուրներից և կիրառել դրանք: Կարելի է որևէ հոդվածի/թեմայի օրինակով քննարկել, թե ինչ բնույթի տեղեկություններ են անհրաժեշտ, և ինչ բաց աղբյուրներից կարելի է օգտվել:

Դասի գործնական մասին կարելի է ավելի երկար ժամանակ հատկացնել: Այս հատվածում ներկայացվում են բաց տվյալների հիմնական աղբյուրները, դրանց առանձնահատկությունները, բացթողումները: Առաջարկվող գործիքներից կարելի է ընտրել մի քանիսը, որպեսզի ուսանողները հասցնեն կիրառել դրանք ու մտապահել:

Դասի վերջում կարելի է մի թեմայի օրինակով քննարկել, թե ներկայացված որ աղբյուրների օգնությամբ է հնարավոր ստանալ անհրաժեշտ տեղեկությունը՝ հոդված պատրաստելու համար:

Գործնական աշխատանք

Հանձնարարեք ուսանողներին պարզել, թե ինչ ընկերություններ ունեն (e-register.am) հայտնի որևէ գործարար-պաշտոնյայի ընտանիքի անդամները (elections.am): Արդյո՞ք, ունենալով ընկերություններ, նրանք հայտարարագրել են դրանցից ստացած եկամուտները (ethics.am): Ստուգեք նաև, թե արդյո՞ք այդ ընկերությունները մասնակցել են պետական գնումներին (gnumner.am, մեկ անձից կատարվող գնումները՝ e-gov.am/transparent), ընկերությունների կամ անձանց անունները կան դատական գործերի ռեգիստրում (datalex.am, օրինակ՝ սնանկ ճանաչելու որոշում), արդյո՞ք կառավարությունը նրանց ընկերությունների օգտին որոշում է կայացրել (օրինակ՝ որևէ հարկից ազատելու): Կոնկրետ կայքում որոնում անելու համար օգտակար կլինի Google Advanced Search-ը, այս դեպքում պետք է որոնման դաշտում մուտքագրել «ընկերության անունը» site:arlis.am կամ «ընկերության անունը» site:e-gov.am/transparent:

Այս թեմայով օգտակար հոդվածի օրինակ.

«Կամո Արեյանի ընտանիքի բիզնեսը. ավագանու նիստին ինչ դրախտի մասին էր խոսում քաղաքապետի տեղակալը», Գրիշա Բալասանյան, <https://goo.gl/MSYbri>

Արժե պարզաբանել այս թեմային առնչվող էթիկական հարցերը: Բաց աղբյուրները լի են անձնական տվյալ հանդիսացող տեղեկություններով, որոնք թեև արժեքավոր կարող են լինել հետազոտությունը կատարելիս, բայց հոդվածը հրապարակելիս ցանկալի է ծածկել: Նման տեղեկություններ կարող են լինել հասցեները, անձնագրի տվյալները, հեռախոսահամարները ընտանեկան լուսանկարները և այլն:

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- կիմանա, թե բաց տեղեկությունների տեղական ու միջազգային ինչ աղբյուրներ կան, որոնցից կարելի է օգտվել լրագրողական հետազոտություն կատարելիս: Կհասկանան դրանց դերը, կկարողանան օգտվել բաց տվյալների աղբյուրներից:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

28

www.elections.am/votersreg — Հայաստանի ընտրողների ռեգիստր

www.e-register.am — ընկերությունների և անհատ ձեռնարկատերերի ռեգիստր

www.datalex.am — դատական գործերի մասին տեղեկություններ

www.ethics.am — պաշտոնյաների հայտարարագրեր

www.gnumner.am, old.gnumner.am — պետական գնումներ

www.arlis.am — ՀՀ օրենքներն ու որոշումները (պետք կլինի նաև վերը նշված աղբյուրների տեղեկությունները նկարագրող որոշումներին ու օրենքներին ծանոթանալու համար, օրինակ, հայտարարագրերը կարգավորվում են «Հանրային ծառայության մասին» օրենքով)

www.armstat.am — Ազգային վիճակագրական ծառայություն

<http://data.un.org> — ՄԱԿ-ի տվյալների շտեմարան

<https://goo.gl/xSPWDj> — ընկերությունների ռեգիստրների ցանկ Wikipedia-ում

<https://goo.gl/15qmGy> — տվյալների բազա Կազմակերպված հանցավորության և կոռուպցիայի լուսաբանման նախագծի (OC-CRP) կողմից

<https://goo.gl/8pFi4Z> — օֆշորային փաստաթղթերի բազա

TweetDeck (<https://tweetdeck.twitter.com>) — Twitter սոցիալական մեդիայում նորությունների համակարգման հարթակ

Google Alerts (<https://www.google.com/alerts>) — Google-ի ծառայություն, որը գրանցվողի էլեկտրոնային հասցեին է ուղարկում նրա կողմից նշված բառի կամ բառակապակցության վերաբերյալ ինտերնետում հրապարակվող տեղեկությունները

Flight Radar (<https://www.flightradar24.com>) — օդանավերի թռիչքներին հետևելու հարթակ

Marine Traffic (<https://www.marinetraffic.com/>) — նավերի երթուղիներին հետևելու հարթակ

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

Տարբեր երկրների ռեգիստրների բազա, <https://goo.gl/oxfEcn>

Google-ի առաջարկած աղբյուրները, <https://goo.gl/4GFmVe>

Տվյալների բազաներ՝ տարբեր ոլորտներում, <https://goo.gl/8eshZ5>

ԹԵՄԱ 6.

ՏԵՂՈՐՈՇՈՒՄ (ԳԵՈՂՈԿԱՅԻԱ)

30

Թեմայի նկարագրություն

Տեղորոշման (գեոլոկացիա) բաժինը ներկայացնում է լուսանկարում կամ տեսանյութում երևացող տեղանքը ստուգելու մեթոդները:

Լուսանկար կամ տեսանյութ սոցիալական ցանցերում տարածելիս, տեղեկատվամիջոցներին տրամադրելիս հեղինակները հաճախ նշում են տեղանքը: Նման դեպքերում անհրաժեշտ է ստուգել, թե արդյոք պատկերված վայրն ու նշված տեղանքը համընկնում են, պատկերն ուղարկողը չի փոխել համատեքստը կամ պատահաբար սխալ նշում (check in) արել: Երբեմն կարիք է լինում ստուգելու վայրեր, որոնց մասին չգիտենք ոչինչ, նույնիսկ, թե որ երկրներում են դրանք:

Լուսանկարներում ու տեսանյութերում պատկերված վայրերը հնարավոր է ստուգել մի շարք առցանց գործիքներով և համակարգչային ծրագրերով (հիմնական ռեսուրսները ներկայացված են *Գործիքներ/ռեսուրսներ* բաժնում): Դրանց միջոցով կարելի է տեղորոշել շինություններն ու ճանապարհները, գտնել հասցեներ, ստուգել լուսանկարում կամ տեսանյութում երևացող ուղենիշերը, տեղանքի ռելիեֆը (սար, գետ, ծառաշար և այլն): Որոշ ծառայություններ (օրինակ՝ Google Earth-ը) թույլ են տալիս արբանյակային պատկերների օգնությամբ դիտել տեղանքի պատկերը նախկինում, օրինակ, երկու, երեք տարի առաջ):

Տեխնիկական միջոցները կիրառելուն զուգահեռ անհրաժեշտ է ուշադրություն դարձնել պատկերի բովանդակության մի շարք մանրամասների. արդյո՞ք պատկերված շինությունների վրա անուններ կամ հասցեներ երևում են, որոնք կարելի է որոնել, կամ ճանապարհային նշաններ, պետհամարանիշներ, ազդավահա-

Նակներ, որոնք կհուշեն տարածաշրջանի կամ երկրի մասին: Այս իմաստով կարևոր է ուսումնասիրել նաև մարդկանց հագուստը: Հաջորդ քայլը կլինի պատկերում երևացողի մասին լրացուցիչ տեղեկություն գտնելը՝ օգտագործելով ինտերնետային որոնման հմտությունները:

Սրանք տեղանքը նույնականացնելու հիմնական մեթոդներն են, որոնք, սակայն, կարող են փոփոխվել՝ կախված ստուգվելիք բովանդակության բնույթից: Երբ պատկերում հուշող դետալները և ստուգելի մանրամասները քիչ են, անհրաժեշտ է կիրառել մյուս բաժիններից սովորածը՝ ստուգել լուսանկարի խմբագրված լինելը, ուղարկողի ինքնությունն ու գործունեությունը, եղանակը տվյալ վայրում և ժամին:

Մեթոդաբանություն

Դասի տեսական մասում կարելի է քննարկել այնպիսի իրադրություններ, երբ տեղանքը ստուգվելը անհրաժեշտություն է, ներկայացնել ստուգման մեթոդների իմացության կարևորությունը:

Գործնական աշխատանքին նվիրված մասում դասախոսը էկրանին ցույց է տալիս տեղանքի ստուգման համար կիրառվող հիմնական գործիքները/կայքերը, ներկայացնում յուրաքանչյուրի առաջարկած ռեսուրսները, դրանց առավելություններն ու թերությունները: Կարևոր է, որ ուսանողներն իրենք օգտվեն այս ռեսուրսներից դասի ժամանակ՝ որոնեն հասցե, համեմատեն տարբեր կայքերի հնարավորությունները և այլն:

Գործնական աշխատանք

Առջանց ռեսուրսների հիմնական հնարավորությունները ցույց տալուց հետո ուսանողներին կարելի է առաջարկել գտնել այս պատկերի վայրը (հղումը՝ ներքևում):



Նկարում մանրամասներ գտնելու համար այն խոշորացնելուց (zoom) հետո կարելի է տեսնել աջ կողմի շինության վրայի գրությունը՝ «ԿԱՆԱԶ» սուպերմարկետ:



Հաջորդ քայլը կլինի Google-ում այս անունը որոնելը և հասցեն ստանալը՝ Արտաշատի խճուղի, 100/1: Հասցեն կամ սուպերմար-

կետի անունը Google Maps-ում որոնելով կգտնենք վայրը, որը, սակայն, դեռ պետք է ստուգել (նկատենք, որ այս դեպքում բավարար էր միանգամից Google Maps-ի որոնումը, սակայն երկու ծառայություններում միաժամանակ որոնում կատարելը տեղին կլինի մի քանի մասնաճյուղ ունեցող սուպերմարկետների դեպքում):



33

Որպեսզի վստահ լինենք, որ սա նույն շինությունն է, պետք է համեմատենք նաև լուսանկարում և քարտեզում առկա մյուս շինություններն ու խոշոր իրերը:





Իհարկե, միշտ չէ, որ հրապարակվող նկարները պարունակում են գրություններ, զանազանելի շինություններ կամ լանդշաֆտ, բայց շատ դեպքերում այս մեթոդն արդյունավետ է:

Նույն գործողությունը կարելի է անել հաջորդ նկարի հետ:



Հավելյալ վկայություն կարող են լինել Google-ի առաջարկած նկարները, որոնք կարելի է տեսնել Google Maps-ի աջ անկյունում:

Գործնական աշխատանքի համար Երևանից կամ ուրիշ վայրերից նկարներ կարող եք վերցնել <https://www.mapillary.com> կայքից (աջ ներքևի անկյունի երեք կետերը (...) թույլ են տալիս ներբեռնել պատկերը):

Նկատառում էթիկայի վերաբերյալ. թեև անձնական տվյալ հանդիսացող տեղեկությունները կարող են պետք լինել հետազոտությունը կատարելիս, բայց հոգվածը հրապարակելիս ցանկալի է դրանք ծածկել: Օրինակ՝ մեքենաների համարանիշները կոգնեն ճանաչել երկիրը, որտեղ արվել է լուսանկարը, բայց հրապարակելիս կարիք կլինի լուսանկարի խմբագրման ծրագրով (օրինակ՝ Photoshop) ծածկել դրանք՝ սեփականատերերի անձնական կյանքի գաղտնիությունը չխախտելու համար: Նույնը վերաբերում է մարդկանց դեմքերին (Google Maps-ում այս գործողություններն արվում են ավտոմատ):

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- ծանոթ կլինի տեղանքի ստուգման հիմնական մեթոդներին,
- կկարողանա առանձնացնել պատկերում ստուգման ենթակա բովանդակությունն ու օգտվել առկա առցանց ռեսուրսներից:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

Տարբեր օնլայն քարտեզներ

Google Maps, <https://www.google.com/maps>

OpenStreetMap, www.openstreetmap.org

Wikimapia, <http://wikimapia.org>

Bing Maps, <https://www.bing.com/maps>

Yandex.Maps, <https://yandex.com/maps>

Google Earth Outreach, <https://goo.gl/ajsmTV> — քարտեզների հետ աշխատելու օժանդակ նյութեր

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

«Ստուգված է» խորագիր, Media.am, <https://media.am/verified>

Bellingcat's Digital Forensics Tools, <https://goo.gl/hRdfnw>

Silverman, C., Verification Handbook, <https://goo.gl/5wLoFG>

Մեկ օրինակ, <https://goo.gl/P8Ffxw>

Observation Challenge, First Draft News, <https://goo.gl/R918QD>

Geolocation Challenge, First Draft News <https://goo.gl/h5EQni>

ԹԵՄԱ 7.

ԼՈՒՍԱՆԿԱՐՆԵՐԻ ԱՏՈՒԳՈՒՄ



Թեմայի նկարագրություն

Լրագրողական նյութն առանց լուսանկարների գրեթե անհնար է պատկերացնել այսօր. դրանք ավելի պատկերավոր են դարձնում հրապարակումը, փոխանցում են միջավայրի տրամադրությունը, մարդկային զգացմունքները: Գնալով մեծանում է նաև սոցցանցերից վերցրած կամ ընթերցողներից ստացած պատկերների քանակը մեդիայում: Այս հանգամանքը ավելի է ընդգծում պատկերների հանդեպ կասկածամիտ լինելու կարևորությունը՝ հաշվի առնելով այն, որ դրանք կարող են միտումնավոր կեղծված լինել, ներկայացվել այլ համատեքստում կամ հրապարակված լինել սխալմամբ՝ առանց հավաստիությունը ստուգելու:

Տարբեր առցանց (օնլայն) գործիքներ օգնում են լրագրողներին տարբերակել բնօրինակ և ձևափոխված լուսանկարները: Այս դասընթացը կօգնի ուսանողներին սովորել կիրառել այդ գործիքները:

Օրինակ՝ հնարավոր է ստուգել լուսանկարների մետատվյալները (EXIF data – Exchangeable image file format), այլ կերպ ասած՝ լուսանկարելու ամսաթիվն ու ժամը, տեսախցիկի կարգավորումները, որոշ դեպքերում՝ տեղանքը և այլն: Այս տվյալները կօգնեն լրագրողներին ինչպես ստուգել լուսանկարի հավաստիությունը հրապարակելուց առաջ՝ համեմատելով մետատվյալները ուղարկողի հայտնած տեղեկությունների հետ, այնպես էլ հրապարակումից հետո հավաստել լուսանկարի իսկությունը (նման մեկ օրինակի ծանոթացե՛ք *Հետաքննող լրագրողների կայքում*՝ <https://goo.gl/uC7uUq>):

Կան այլ կայքեր, որոնք օգնում են պարզել, թե արդյոք լուսանկարը խմբագրվել է: Օրինակ՝ Photoshop ծրագրով հնարավոր է ոչ միայն կարգավորել նկարի լուսավորությունն ու գույները, այլև նոր դետալներ ավելացնել կամ եղածները ջնջել:

Գործիքներ/ ռեսուրսներ բաժնում նշված կայքերը թույլ կտան պարզել, լուսանկարը փոփոխությունների ենթարկվել է, թե ոչ:

Լուսանկարի ստուգման գործընթացում կարևոր է հեղինակի ինքնությունը պարզելը և նրա հետ կապ հաստատելը: Պետք է հասկանալ՝ արդյոք լուսանկարը ուղարկողը հենց հեղինակն է, ըստ նրա՝ ինչ է պատկերում լուսանկարը, ինչ հավելյալ տեղեկություն կարող է հաղորդել տեսախցիկի մոդելի, լուսանկարն անելու օրվա, ժամի, եղանակի, տեղանքի և իր՝ այնտեղ գտնվելու հանգամանքների մասին, և արդյոք թույլատրում է օգտագործել լուսանկարը: Իսկ այն իրավիճակներում, երբ չեք կարող ուղակիորեն կապվել աղբյուրի հետ կամ հավելյալ ստուգումների կարիք ունեք, կարելի է խոսել իրադարձության ականատեսների, թեմայի փորձագետների հետ և ստանալ նրանց գնահատականը նյութի մասին:

Ինտերնետային որոնումը դարձյալ կարող է օգնության հասնել: Google-ը թույլ է տալիս նաև նկարների որոնում կատարել (www.images.google.com): Շատ դեպքերում միայն լուսանկարի որոնումը բավարար է լինում՝ պարզելու, որ այն պատկերում է բոլորովին այլ իրադարձություն, տեղանք կամ մարդկանց, երբեմն հաջողվում է նաև գտնել լուսանկարի սկզբնաղբյուրն ու հեղինակին:

Իհարկե, պետք է նկատի ունենալ, որ ոչ միշտ է հնարավոր լիարժեքորեն ստուգել լուսանկարն ու հաստատապես պնդել՝ քնտրինակն է, թե կեղծված է կամ փոփոխված:

Մեթոդաբանություն

Սկզբում դասախոսը կարող է քննարկում կազմակերպել մեդիայում լուսանկարների կարևորության մասին ու լսել ուսանողների կարծիքները, թե ինչու է պետք դրանք ստուգել: Կարելի է ներկայացնել կեղծված կամ համատեքստից դուրս օգտագործված լուսանկարների օրինակներ, ինչպես նաև նշել բնօրինակ լուսանկարի հեղինակին հղում անելու ընդունված ձևերը (տե՛ս հոդվածները *Գրականության ցանկում*):

Կարելի է առանձին քննարկել «Ստուգված» ուղեցույցի ներդիրում (տե՛ս *Գրականության ցանկ*, *Պատկերների ստուգման ուղեցույց*) նկարագրված իրավիճակները, որոնք օգնում են հասկանալ, թե որ դեպքերում է տեսողական նյութը արժանահավատ, իսկ որ դեպքերում լրացուցիչ ստուգումների կարիք կա:

Լուսանկարների օրինակներ քննարկելիս կարելի է անդրադառնալ նման հարցերի.

- Որտե՞ղ է լուսանկարն արվել:
- Ո՞վ է հեղինակը:
- Ե՞րբ է արվել:
- Խմբագրվել է, թե՞ ոչ:
- Ի՞նչ եղանակ է եղել նկարելու ժամանակ:
- Ո՞րն է օրիգինալ լուսանկարը (եթե ներկայացվող օրինակը փոփոխված/կեղծված է):

Գործնական աշխատանք

2017 թ. աշնանը սոցցանցերում լայն տարածում գտավ հետևյալ նկարը, որը տարածողները ներկայացնում էին որպես Դիլիջանի ոլորանները պատկերող լուսանկար.

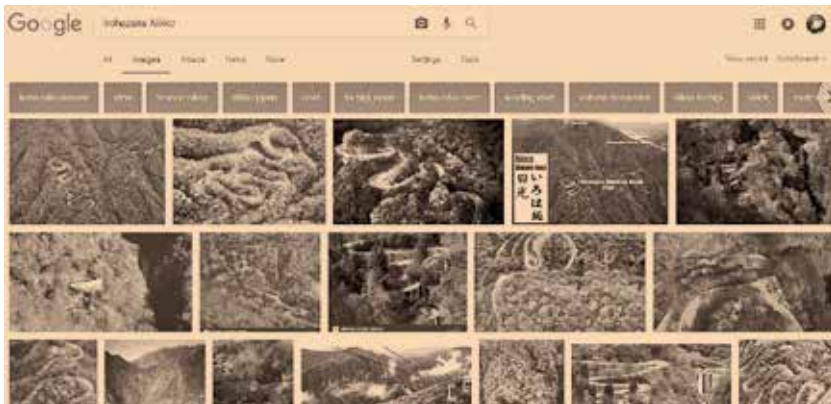


Սակայն Google-ով պատկերի որոնումը ցույց տվեց, որ այս վայրը կապ չունի Հայաստանի հետ, այլ գտնվում է Ճապոնիայի Նիկկո քաղաքում: Դրա համար պետք էր նկարը կցել որոնողական համակարգին (<https://images.google.com>) ու դրանով որոնում անել:



41

Մեկ անգամ ևս համոզվելու համար, թե արդյոք այս նկարը Նիկկո Նիկկո քաղաքի հետ կապ ունի, հենց Նիկկո բառը փնտրենք Google-ում և կտեսնենք այդ ոլորանների տարբեր նկարներ: Այդուամենայնիվ, չարժե բավարարվել Google-ի որոնման արդյունքների ընդհանուր պատկերով, պետք է նաև ստուգել, թե որքանով են վստահելի կայքերը, որոնք առաջարկում են այդ նկարները:



Այս նկարի ստուգման մասին կարող եք կարդալ նաև Media.am-ի հոդվածում <https://goo.gl/932gMd>:

Փորձեք վերը նշված քայլերով ստուգման գործընթացն անցկացնել լսարանում:

Ծանուցում: Քանի որ նկարը համացանցում շատ է տարածվել որպես Դիլիջան, դրա որոնման առաջին արդյունքները կարող են ցուցադրել հենց այդ պատասխանը:

Ինչ վերաբերում է մետատվյալներին, ապա սոցցանցներում հայտնված նկարների մետատվյալները սովորաբար ջնջվում են, մինչդեռ հենց հեղինակից լուսանկարը ստանալու դեպքում կարող եք գտնել տվյալներ, թե որտեղ է արվել լուսանկարը, երբ, ինչ տեսախցիկով և այլն:

Վերցնենք լուսնի այս նկարը.



Պարզենք՝ արդյոք այն իրական է, թե ոչ: Այստեղ կոգնի FotoForensics գործիքը (<http://www.fotoforensics.com>):

Քայլ 1. Ներբեռնենք լուսանկարը, կարող ենք նաև լուսանկարի ինտերնետային հղումը տեղադրել:



Քայլ 2. Սեղմեք Metadata կոճակը, որը ծախ կողմում է:



43



Քայլ 3. Լուսանկարի մասին բազմաթիվ տվյալների հետ միասին կան նաև գեոլոկացիոն տվյալներ, կոորդինատներ և բարձրությունը ծովի մակարդակից:

MPF	
MPF Version	0100
Number Of Images	2
MP Image Flags	Dependent child image
MP Image Format	JPEG
MP Image Type	Large Thumbnail (full HD equivalent)
MP Image Length	207504
MP Image Start	2315776
Dependent Image 1 Entry Number	0
Dependent Image 2 Entry Number	0
Preview Image	(Binary data 207504 bytes)
Composite	
Aperture	6.3
Blue Balance	2.2
GPS Altitude	1866.9 m Above Sea Level
GPS Date/Time	2017:07:08 20:46:55Z
GPS Latitude	39 deg 36' 45.17" N
GPS Longitude	45 deg 36' 52.30" E
GPS Position	39 deg 36' 45.17" N, 45 deg 36' 52.30" E
Red Balance	1.70032
Shutter Speed	1/250
Focal Length	215.0 mm
Image Size	5184x3888
Light Value	13.0
Megapixels	20.2

EXIF տվյալների այս փնջում կարող ենք տեսնել լուսանկարչական սարքի մոդելը, նաև ամսաթիվը, տարեթիվը և ժամը:

EXIF	
Image Description	
Make	SONY
Camera Model Name	DSC-HX400V
Orientation	Horizontal (normal)
X Resolution	350
Y Resolution	350
Resolution Unit	inches
Software	DSC-HX400V.v1.00
Modify Date	2017:07:09 00:46:53
Y Cb Cr Positioning	Cb-sited
Exposure Time	1/250
F Number	6.3
Exposure Program	Program AE
ISO	125
Sensitivity Type	Recommended Exposure Index
Recommended Exposure Index	125
Exif Version	0230
Date/Time Original	2017:07:09 00:46:53
Create Date	2017:07:09 00:46:53
Components Configuration	Y, Cb, Cr, -
Compressed Bits Per Pixel	1
Brightness Value	8.16953125
Exposure Compensation	0
Max Aperture Value	6.3
Motion Mode	Multi-segment
Light Source	Unknown
Flash	Auto, Did not fire
Focal Length	215.0 mm

Հաջորդ նկարում հնարավոր է տեսնել, թե որտեղ է նկարված լուսանկարը, FotoForensics գործիքը ոչ միայն նշում է լուսանկարողի կոորդինատները, այլ նաև ցույց է տալիս տեղը Google քարտեզի վրա:



Ցավոք, ոչ բոլոր լուսանկարների դեպքում է հնարավոր լինում այսպիսի մանրամասներ իմանալ, քանի որ, ինչպես նշեցինք, շատ կայքեր ջնջում են նկարի տվյալները: Այս վարժությունը լսարանում անելու համար կիրառեք լուսնի նկարի այս տարբերակը (<https://goo.gl/TxEyKM>), որը պարունակում է մետատվյալներ (կամ օգտագործեք ուսանողների նկարած որևէ լուսանկար, որը պարունակում է մետատվյալներ):

Ուսումնառության վերջնարդյունքը՝

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը

- կկարևորի լուսանկարի ստուգման գործընթացը,
- կսովորի կիրառել լուսանկարի ստուգման վերը նշված գործիքներն ու մեթոդները, կկարողանա ինքնուրույն փնտրել և բացահայտել լուսանկարների ստուգման նոր գործիքներ:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

Հղումների համար տե՛ս «Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», <https://goo.gl/MTyQzg>

FotoForensics, Jeffrey's Exif Viewer, Findexif.com, JPEGSnoot — հարթակներ՝ լուսանկարի մետատվյալները պարզելու համար

FotoForensics, Izitru, JPEGSnoot — գործիքներ նկարի խմբագրված լինելը ստուգելու համար

46

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

«Պատկերների ստուգման ուղեցույց», <https://goo.gl/m9BisG>

Silverman, C., Verification Handbook, <https://goo.gl/nS74tp>

Հոդվածներ այս թեմայով՝

«5 խորհուրդ լուսանկարներն առանց հեղինակային իրավունքի խախտման օգտագործելու համար», Media.am <https://goo.gl/jMx-3pj>

«Պատկերների խնդիրը լրատվական կայքերում և ինչ անել դրա հետ», Media.am, <https://goo.gl/KK3VDL>

«Ինչպես չգողանալ. ինտերնետից ֆոտոներ և վիդեոներ վերցնելու մասին», Media.am, <https://goo.gl/YLz4fT>

The hidden signs that can reveal a fake photo, BBC <https://goo.gl/M7FLmv>

ԹԵՄԱ 8.

ՏԵՍԱՆՅՈՒԹԻ ԱՏՈՒԳՈՒՄ

Թեմայի նկարագրություն

Տեսանյութերը օգտատերերի ստեղծած բովանդակության կարևոր մաս են: Սմարթֆոնի կամ թաբլեթի օգնությամբ ցանկացած մարդ կարող է տեսանյութ նկարահանել կամ ուղիղ եթերում տեսանյութ հեռարձակել: Ընդ որում, հարթակները տարբեր են՝ Youtube, Vimeo, Instagram, Facebook, Twitter/Periscope և այլն:

Բնական աղետների, խոշոր վթարների, հակամարտությունների և հանրային հետաքրքրություն ներկայացնող այլ իրադարձությունների ժամանակ լինում են դեպքեր, երբ լրագրողի համար կարևոր աղբյուր են դառնում հենց օգտատերերը: Եթե խմբագրությունը որոշում է օգտագործել օգտատերերից ստացած բովանդակությունը՝ տեղեկություն, լուսանկար, տեսանյութ, պետք է պատրաստ լինի ստուգելու այն:

Տեսանյութ ստուգելը ձևով նման է լուսանկար ստուգելուն: Տեսանյութից առանձնացնելով կադրեր (screenshot), դրանք կարելի է կցել Google-ի նկարների որոնման համակարգին և իրականացնել հակադարձ որոնում (տես *Թեմա 7-ը և Գործիքներ/ռեսուրսներ* բաժինը): Դա կօգնի գտնել սկզբնաղբյուրը, պարզել, թե իրականում ինչ իրադարձություն է պատկերում և արդյոք փոփոխված, մոնտաժված է տեսանյութը:

Տեսանյութերի ստուգումը մեխանիկական աշխատանք չէ, այն բարդ գործընթաց է և նման է տեխնիկական փորձաքննության: Միշտ չէ, որ տեսանյութի հակադարձ որոնումը արդյունավետ է: Անհրաժեշտ է լինում ուսումնասիրել կադրերում պատկերված տեղանքը, դետալներ որոնել, գտնել այն, ինչը կօգնի ճիշտ ուղղությամբ շարունակել աշխատանքը: Պետք է կարողանալ տեսա-

Նյութի վայրը դիտարկել տեղորոշման գործիքների օգնությամբ, ստուգել տեսանյութի օրվա եղանակը, արևի դիրքը և այլն:

Յուրաքանչյուր դեպքում հարկ է օգտագործել այն գործիքակազմը, որն արդյունավետ կլինի տվյալ խնդիրը լուծելու համար:

Պետք է կարողանալ նաև ստուգել տեսանյութը սոցիալական ցանցերում տարածողի ինքնությունը (գործիքներն ու մեթոդները քննարկվել են *Թեմա 4-ում*): Youtube-ը, որը հեռարձակման ու տեսանյութերի տարածման հարթակ է, նույնպես սոցիալական ցանց է, և այնտեղ տեղադրված տեսանյութերի դեպքում ևս պետք է ձգտենք պատասխանել որոշ հարցերի.

- Ո՞վ է տեսանյութի հեղինակը կամ որպես հեղինակ ներկայացողը:
- Որտե՞ղ է նա բնակվում:
- Որտե՞ղ է նա եղել տեսանյութի նկարահանման օրը:
Տեսանյութի մասին պետք է փորձել պարզել.
- Արդյո՞ք ցանցում տեսանյութի նախնական, չմոնտաժված տարբերակն է:
- Ո՞վ է նկարահանել տեսանյութը:
- Որտե՞ղ է նկարահանվել այն:
- Ե՞րբ է նկարահանվել:
- Ի՞նչո՞ւ է տեսանյութը հայտնվել ցանցում:
- Կա՞ն նույն իրադարձությունը/գործողությունը պատկերող այլ տեսանյութեր կամ լուսանկարներ:

Մեթոդաբանություն

Բնօրինակ տեսանյութը որոնելու գործընթացը ներկայացնելուց առաջ ցանկալի է անդրադառնալ Youtube և Vimeo հարթակներում տեսանյութեր որոնելու և արդյունքները ֆիլտրելու ձևերին (ըստ հրապարակման ժամանակի, տեսանյութի տևողության և այլն):

Որպես տեսանյութի ստուգման օրինակ՝ կարելի է ներկայացնել 2016 թ. ապրիլյան պատերազմի օրերին հայաստանյան մեդիայում տարածված տեսանյութը, որը իբրև պատկերում էր ադրբեջանցի փախչող զինվորների, բայց իրականում վերցված է թուրք-քրդական հակամարտությունից (հոդվածը՝ <https://goo.gl/vshbh9>; հատվածներ եթերից՝ <https://goo.gl/YFf4qz>; <https://goo.gl/UsQxsf>):

Միջազգային օրինակի համար կարելի է օգտվել FirstDraftNews-ի այս հոդվածից՝ <https://goo.gl/v1X4YC>:

Կարելի է ներառել հակադարձ որոնում վերը նշված օրինակներով:

49



Սրա համար անհրաժեշտ կլինի ներկայացնել «Ամենաթի ինթերնեյշնլի»՝ տեսանյութերի հակադարձ որոնման կայքը (<https://citizenevidence.amnestyusa.org>), ինչպես նաև նույն գործողությունը կատարելու համար ստեղծված հավելվածը Google Chrome դիտարկիչի (browser) համար (<https://goo.gl/mTR6x1>):

Այնուհետև կարելի է կատարել գործնական աշխատանք լսարանում՝ ընտրելով վարժություններից մի քանիսը ու հանձնարարելով ուսանողներին:

Գործնական աշխատանք

Հանձնարարե՛ք ուսանողներին գտնել տեսանյութի նկարահանման վայրը և հարձակման ենթարկված կանանց անունները:

<https://goo.gl/ZzTvrP>

Քայլ 1. Տեսանյութը բացել Youtube-ում:

Քայլ 2. Պատճենել տեսանյութի հղումը:

Քայլ 3. Բացել տեսանյութերի հակադարձ որոնման

<https://cdence.amnestyusa.org> կայքը ու որոնել պատճենված հղումը:

Քայլ 4. Ստացված մանրանկարներին (thumbnail) սեղմելով՝ կատարել պատկերի հետադարձ որոնում:

Քայլ 5. Ստացված արդյունքները հաստատում են, որ տեսանյութում ռուսական Pussy Riot խմբի անդամներ Նադեժդա Տոլկոննիկովան ու Մարիա Ալյոխինան են, ովքեր 2014 թ. մարտի 6-ին Ռուսաստանի Նիժնի Նովգորոդ քաղաքի Մաքրոնալդս ռեստորանում ենթարկվել են հարձակման:



Youtube DataViewer

<https://www.youtube.com/watch?v=8H1seoZMvCw>

Go

Clear

Киска Бунт нападению в Нижегородском

Утром 8 марта 2014 года Надежда Толоконникова, Маша Алекина, Петр Верингов и команда правозащитников прибыли в Нижний Новгород, чтобы в рамках деятельности "Зоны Права" разобраться с нарушениями в нижегородской колонии ИК-2. В 7.20 утра организованная группа лиц ворвалась в Макдональдс напротив Московского вокзала и атаковала участниц Pussy Riot и правозащитников при помощи перцового газа, зеленки и шаприцы со слезоточивым газом.

Video ID: 8H1seoZMvCw

Upload Date (YYYY/MM/DD): 2016-04-06

Upload Time (UTC): 21:01:41 (convert to local time)

Thumbnails:



reverse image search



reverse image search



reverse image search



reverse image search

Pussy Riot members attacked with green paint, rubbish - Reuters
www.reuters.com/article/2014/03/07/us-russia-pussyriot-idUSBREA2810920140307
 Mar 7, 2014 - Two members of the Russian protest group **Pussy Riot** were attacked by a group of men who poured rubbish and bright green paint over them ...

Visually similar images



Report images

Pages that include matching images

Pussy Riot attacked with green paint in McDonalds – Channel 4 News
<https://www.channel4.com/.../pussy-riot-attack-green-paint-mcdonalds-vide...>
 1024 × 576 - Mar 7, 2014 - **Pussy Riot** members Maria Alyokhina and Nadozhda Tolokonnikova are attacked by a group of men throwing green paint and rubbish while ...

Pussy Riot attacked in McDonald's with green antiseptic | Daily Mail ...
www.dailymail.co.uk/.../Pussy-Riot-attacked-McDonalds-green-antiseptic.h...
 636 × 358 - Mar 6, 2014 - **Pussy Riot** members Nadya Tolokonnikova and Masha Alyokhina, along with Peter Verzilov and members of their prisoners rights NGO.

Pussy Riot members assaulted by gang who threw paint on them ...
www.dailymail.co.uk/.../Pussy-Riot-members-assaulted-camera-gang-men-t...
 636 × 358 - Mar 6, 2014 - Nadya Tolokonnikova and Masha Alyokhina were covered in paint

Քայլ 6. Պարզելու համար, թե Նիժնի Նովգորոդի հատկապես որ ռեստորանում են հարձակման ենթարկվել Նադեժդա Տոլկոննիկովան ու Մարիա Ալյոխինան, կատարում ենք որոնում: Որոնման տարբերակները շատ են, ընտրենք «макдональдс в нижнем новгороде pussy Riot» արտահայտությունը: Որոնման արդյունքներից մեկում գտնում ենք հոդված (<https://goo.gl/ZkUs7j>), որտեղ նշվում է, որ Նադեժդա Տոլկոննիկովան ու Մարիա Ալյոխինան հարձակման են ենթարկվել Նիժնի Նովգորոդի Ռևոլյուցիայի հրապարակի վրա գտնվող Մաքդոնալդս ռեստորանում: Կատարելով Նիժնի Նովգորոդում՝ այդ հրապարակում, Մաքդոնալդսի որոնում կգտնենք հարձակման հասցեն՝ Address: пл. Революции, 5А, Nizhnij Novgorod, Nizhegorodskaya oblast', Russia, 603002:

Այլ օրինակներ՝

<https://goo.gl/AbpQ5c>

<https://goo.gl/yCMgue>

<https://goo.gl/D2rWJR>

Անհրաժեշտության դեպքում վարժությունը հանձնարարել ու քննարկել այն հաջորդ դասին:

Ուսումնառության վերջնարդյունքը

Թեմայի դասավանդման ավարտին ուսանողը՝

- կկարողանա որոնել և գտնել տեսանյութի և այն հրապարակողի մասին լրացուցիչ տեղեկություններ,
- որոնել ու գտնել տեսանյութի այլ տարբերակներ,
- դիտարկել տեսանյութը որպես լրացուցիչ տեղեկատվության աղբյուր, որի օգնությամբ կարելի է ստուգել բուն տեսանյութը,
- որոնել տեսանյութի մասին լրացուցիչ տեղեկություններ առցանց քարտեզների, արբանյակային պատկերների, եղանակի տեսության, արևի դիրքը որոշող և այլ գործիքների օգնությամբ:

Գործիքներ / ռեսուրսներ

Youtube Data Viewer, <https://goo.gl/rsgqzC>; <https://goo.gl/ro7WGz> — տեսանյութից առանձնացնում է կադրեր՝ պատկերի հակադարձ որոնում անելու համար

<https://goo.gl/bpWkqZ> — Google Chrome հավելված

<https://goo.gl/tXC5aU> — կայք, որտեղ կարելի է ստուգել եղանակը որոշակի ժամանակում

<https://goo.gl/Tg76Qi> — կայք՝ արևի դիրքը ստուգելու համար

<https://goo.gl/aBL4Cj> — տեսանյութը կադր առ կադր դիտելու կայք

<https://goo.gl/omVKoN> — YouTube-ից տեսանյութ ներբեռնելու համար

<https://goo.gl/ZqwKtr> — Periscope-ից տեսանյութ ներբեռնելու համար

<https://goo.gl/vj2YqW> — որոնում YouTube-ում՝ ըստ տեղանքի

<https://goo.gl/uwhE3u> — տեսանյութում առկա լոգոները ստուգելու կայք

Գրականության ցանկ / օգտակար հղումներ

«Ստուգված. համառոտ ուղեցույց լրագրողների համար», Մեդիա նախաձեռնությունների կենտրոն ՀԿ, 2017, <https://goo.gl/MTyQzg>

«Պատկերների ստուգման ուղեցույց», <https://goo.gl/m9BisG>

«Տեսանյութերի ստուգման ընդարձակ ուղեցույց», <https://goo.gl/pGiXYb>

Silverman, C., Verification Handbook, Verifying Video, <https://goo.gl/cSbyaB>

Advanced Guide on Verifying Video Content, <https://goo.gl/ADbGm8>

ՀԱՎԵԼՎԱԾ

ԱՎԱՐՏԱԿԱՆ ՀԱՐՑԱՇԱՐ

ԹԵՄԱ 1. Ներածություն. ինչու է տեղեկությունների ստուգումը կարևոր

❓ Երբ կարող ենք համարել, որ աղբյուրի փոխանցած տեղեկությունը ճիշտ է:

① Երբ աղբյուրը զանգվածային տեղեկատվամիջոց է, ուրեմն տեղեկությունը ճիշտ է:

② Երբ տեղեկությունը համադրել ենք այլ վստահելի աղբյուրների հետ, որոնց թվում են փաստաթղթերը, լուսանկարները, ձայնատեսագրությունները:

③ Հրապարակման համար բավարար է ունենալ մեկ աղբյուր:

❓ Երբ չի հաջողվում ուղղակի կապ հաստատել աղբյուրի հետ, և կա հավելյալ ստուգումների կարիք, ինչ կարելի է անել:

① Ունեցած նյութի վերաբերյալ ստանալ փորձագետների գնահատականները և/կամ համեմատել այն այլ տեղեկատվամիջոցների հրապարակումների հետ:

② Որևէ բան պետք չէ ձեռնարկել, քանի որ տեղեկությունը կարող է հաստատել միայն աղբյուրը:

③ Սպասել, մինչև աղբյուրը կապ կհաստատի:



Եթե չի հաջողվել ճշտել որևէ տեղեկություն, կարիք կա՞ այդ մասին տեղեկացնելու լսարանին:



Ո՛չ, միևնույնն է, լսարանը չի իմանա այդ մասին:



Այո՛, դա լսարանի հետ ազնիվ աշխատելու հիմնական էթիկական սկզբունքներից է:



Լրագրողը նման խնդրի երբեք չի բախվում:

Ճիշտ պատասխանները՝ 1, 2 2, 1 3, 2

ԹԵՄԱ 2. Տեղեկությունների ստուգման լրագրողական սկզբունքները



Արդյո՞ք պետք է ստուգել ականատեսներից, տուժածներից կամ պաշտոնական ներկայացուցիչներից ստացած տեղեկությունները:



Այո՛, նրանք կարող են լինել սուբյեկտիվ, հուզված, կարող են ճիշտ չհիշել իրողությունը կամ դիտավորյալ կեղծել:



Նշված անձինք չեն կարող սխալվել կամ թաքցնել ինչ-որ բան:



Եթե նյութում ճշգրտորեն փոխանցված է աղբյուրից ստացած տեղեկությունը, այն ճշտելու անհրաժեշտություն չկա:



Ինչ տեղեկություններ կարելի է ստուգել ժամանակակից առցանց գործիքներով:



Ժամանակակից առցանց գործիքները թույլ են տալիս ճշտել միայն լուսանկարների իսկությունը:



Առցանց գործիքները հնարավորություն են տալիս ստուգել աղբյուրների ինքնությունը, լուսանկարում կամ տեսանյութում երևացող տեղանքը, դրանց նկարահանման ամսաթիվը, մոտավոր ժամը, տվյալ ժամանակահատվածում եղանակի տեսությունը և այլ տվյալներ:



Առցանց գործիքներով հնարավոր է ստուգել ամեն ինչ, բայց ոչ սոցիալական մեդիայի օգտատերերի ինքնությունը:

1. Սոցիալական մեդիայից ստացած բովանդակությունը երբ կարելի է օգտագործել:

2. Հեղինակից համաձայնություն ստանալուց հետո:

3. Առանց բովանդակության հեղինակին պատշաճ հղում անելու:

4. Սոցիալական մեդիայի օգտատերերի ստեղծած բովանդակությունն ընդհանրապես չի կարելի օգտագործել:

Ճիշտ պատասխանները՝ 1, 1 2, 2 3, 1

ԹԵՄԱ 3. Որոնում փնտրներում

57

1. Տեղեկություն փնտրելիս որոնողական մեկ համակարգից օգտվելը բավարար է:

2. Այո: Եթե տեղեկությունը հրապարակված է, ցանկացած որոնողական համակարգ կգտնի այն և ցույց կտա արդյունքների առաջին էջում:

3. Այո, եթե Google-ի միջոցով հնարավոր չէ գտնել տեղեկությունը, անիմաստ է մյուսներից օգտվելը:

4. Ո՛չ, ցանկալի է փնտրել մի քանի համակարգերում:

1. Ո՞րն է Google Advanced Search-ի առավելությունը լրագրողների համար:

2. Այն տեղեկություններ է փնտրում նաև այնպիսի էջերում, որտեղ Google Search-ը չի որոնում:

3. Այն համակարգում է որոնումը ձեր նշած հրահանգներով և ներկայացնում է ավելի թիրախային տեղեկություններ:

4. Google Advanced Search-ը ավելի հեշտ է կիրառել:



Ո՞րն է WolframAlpha որոնողական համակարգի հիմնական առանձնահատկությունը:



WolframAlpha-ն չի պահում օգտատերերի մասին տեղեկությունը:



Այն ունի հաշվողական գործառույթ:



Արդյունքների հետ մեկտեղ նշում է նաև կայքի վստահելիության մակարդակը:



Որոնե՞ք ՄԱԿ-ի պաշտոնական կայքում վերջին մեկ տարում աղքատության թեմայով հրապարակված զեկույցները: Գրե՞ք որոնվող բառերն ու համակցությունը, նկարագրե՞ք գործընթացը:

Ծիշտ պատասխանները՝ 1, 3 2, 2 3, 2

4. “poverty site:un.org filetype:pdf”, Tools – Any time – Past year

ԹԵՄԱ 4. Որոնում սոցիալական ցանցերում



Արդյո՞ք կարելի է գտնել ցանկացած տեղեկություն սոցիալական ցանցերի ցանկացած օգտատիրոջ մասին:



Այո՛, ամեն ինչ կախված է որոնման հմտությունից:



Այո՛, կան կայքեր, որոնք հնարավորություն են տալիս ստանալու ցանկացած տեղեկություն, որքան էլ օգտատերը ցանկանա թաքցնել այն:



Ո՛չ, սոցցանցերի որոնումներն ու այդ նպատակով ստեղծված կայքերը տրամադրում են միայն հրապարակային, հանրային տեղեկությունները:

❓ Գիտե՞ք սոցիալական ցանցերում որոնում կատարել և ստանում եք տարբեր տեղեկություններ: Նշվածներից ո՞ր դեպքում դրանք չեք հրապարակի՝ համարելով ավելորդ կամ էթիկապես սխալ:

① Պաշտոնյան արտագնա գործուղման ժամանակ այցելել է խաղատուն և նշել այդ մասին սոցցանցում (check-in):

② Հանրային հետաքրքրություն ներկայացնող դեմքը լուսանկար է հրապարակել իր առօրյայից՝ ընկերների հետ ճաշելիս:

③ Պաշտոնյան ընկերական միջավայրում արված լուսանկար է հրապարակել մի գործարարի հետ, որի բիզնեսի ոլորտը վերահսկվում է իր ղեկավարած գերատեսչության կողմից:

❓ Դուք ուզում եք պարզել, թե ձեր օնլայն ընկերներից ովքեր են ապրում Գյումրիում: Facebook սոցիալական ցանցում ինչպե՞ս կգտնեք այդ տեղեկությունը՝ առանց այդ մասին գրառում անելու: Գրե՛ք որոնման ենթակա բառերը կամ արտահայտությունները:

Ճիշտ պատասխանները՝ 1, 3 2, 2

3. “Friends from Gyumri” կամ “Friends who live in Gyumri”

ԹԵՄԱ 5. Բաց տվյալների հետ աշխատանք



Որո՞նք են տեղեկությունների բաց աղբյուրները:



Ոչ պաշտոնական տեղեկությունների աղբյուրները:



Տեղեկատվամիջոցին տեղեկություն ուղարկող աղբյուրները:



Հանրության համար հասանելի, պաշտոնական կամ ոչ պաշտոնական տեղեկությունների աղբյուրները:



Ինչպե՞ս կարելի է նույնականացնել որևէ ռեգիստրում կամ փաստաթղթում և հոդվածում նշվող մարդուն:



Անուն–ազգանունը բավարար է:



Պետք է համընկնեն անուն–ազգանուն–հայրանունը և/կամ հասցեն:



Կարելի է որոնել հրապարակված հոդվածներում. եթե մամուլն այդ մասին գրել է, դա բավարար հիմք է հավատալու համար:



Ի՞նչ պետք չէ անել, եթե բաց աղբյուրներում չկա փնտրվող տեղեկությունը:



Փնտրել դրանք վճարովի ռեգիստրներում կամ հրապարակման մեջ նշել, որ բաց աղբյուրներում տվյալ տեղեկությունը չկա:



Ռիսկի գնալ և հրապարակել չճշտված տեղեկությունը, որը, եթե չհերքվի, կնշանակի, որ ճիշտ էր:



Հարցում ուղարկել համապատասխան պետական մարմնին/կազմակերպությանը:

Ճիշտ պատասխանները՝

1, 3

2, 2

3, 2

ԹԵՄԱ 6. Տեղորոշում (գեոլոկացիա)

? Կան տեղեկության այնպիսի բաց աղբյուրներ, որոնք անմիջապես նշում են լուսանկարում պատկերված տեղանքը:

1 Այո, կան մի քանի հասանելի աղբյուրներ:

2 Կան, բայց չեն աշխատում Հայաստանում արված լուսանկարների դեպքում:

3 Ո՛չ, լրագրողի գործն է փնտրել լուսանկարում երևացող բնապատկերներն ու շինությունները:

? Անհրաժեշտ է ստուգել լուսանկարի կամ տեսանյութի տեղանքը, բայց պատկերում չկան տեղանուններ ու այլ գրություններ:

1 Տեղորոշումը հնարավոր չէ, քանի որ տեղանուններ չկան:

2 Կարող ենք ուսումնասիրել պատկերի դետալները, օրինակ, լանդշաֆտը, զանազանելի շինությունները, մարդկանց հագուստը:

3 Կարող ենք ստուգել միայն, եթե նկարը կամ տեսանյութը հրապարակվել է Facebook սոցիական ցանցում:

? Որո՞նք են օնլայն քարտեզների տարբերություններից:

1 Որոշ վայրեր կամ հասցեներ նշված չեն քարտեզների մի մասում:

2 Քարտեզների միջև տարբերություն չկա: Տեղանքը նույնն է բոլոր ռեսուրսներում:

3 Քարտեզների մի մասը գունավոր են, մյուսները՝ ոչ:

Ծիշտ պատասխանները՝ 1, 3 2, 2 3, 1

ԹԵՄԱ 7. Լուսանկարների ստուգում



Ո՞ր գործիքով կարելի է ստուգել լուսանկարի մետատվյալները:



Kred



FotoForensic



Pipl



Ո՞ր նկարն է կեղծ/խմբագրված:



Նշվածներից որը կարող է հուշել, որ լուսանկարը կարող է կեղծ լինել:



Լուսանկարում գույները մռայլ են:



Լուսանկարը քիչ մարդ է հավանել սոցիալական ցանցում:



Լուսանկարի նկարագրության մեջ նշված ամսաթիվն ու պատկերում երևացող եղանակը չեն համընկնում:

Ճիշտ պատասխանները՝ 1, 2 2, 2 3, 3

ԹԵՄԱ 8. Տեսանյութի ստուգում

? Նշվածներից որն է YouTube-ում հրապարակված տեսանյութի հեղինակի մասին լրացուցիչ տեղեկություն գտնելու կայք:

1 Facebook և Twitter

2 Google +

3 Նշված բոլոր կայքերը

? Ինչ կարելի է ստուգել տեսանյութի լուսավորությունը դիտարկելով:

1 Կարելի է հասկանալ, թե օրվա որ ժամին է կատարվել նկարահանումը:

2 Կարելի է պարզել, թե ինչ սարքով է նկարահանված:

3 Լուսավորությունը հուշում է՝ ձևափոխված է տեսանյութը, թե՞ ոչ:

? Երբ կարելի է հաստատել տեսանյութի նկարահանման վայրը:

1 Երբ տեսանյութի նկարագրության մեջ նշվում է դրա նկարահանման վայրը:

2 Երբ պարզում ենք, որ տեսանյութի հեղինակն ապրում է նույն վայրում, որտեղ արված է նկարահանումը:

3 Երբ նկարահանման վայրը հաստատող այլ տեսանյութեր ու լուսանկարներ կան, նկարահանման վայրի պատկերը ստուգված է տեղորոշման միջոցով:

Ճիշտ պատասխանները՝ 1, 1 2, 1 3, 3

Որպես հարցաշարի հարց՝ կարելի է ներառել նաև *Թեմա 8-ի* դասի վարժություններից մեկ-երկուսը:

Տպագրությունը՝ օֆսեթ: Չափսը՝ 60x84 1/16
Ծավալը՝ 4 տպ. մամուլ

«Տպագրվել է «ԶԱՆԳԱԿ-97» ՍՊԸ-ի տպարանում
ՀՀ, 0051, Երևան, Կոմիտասի պող. 49/2, հեռ.՝ (+374 10) 23 25 28
Էլ. փոստ՝ info@zangak.am, էլ. կայքեր՝ www.zangak.am, www.book.am
Ֆեյսբուքյան կայքէջ՝ www.facebook.com/zangak

Տեղեկությունների ստուգումն ու ճշգրտումը լրագրության հիմնական սկզբունքներից են, որոնք ավանդաբար դասավանդվել ու դասավանդվում են բուհերում: Բայց դրանց մեթոդները, գործիքները փոխվել են, ավելի ճիշտ՝ ընդարձակվել: Տեղեկատվական դարաշրջանում լրագրողը հաճախ գործ է ունենում անանուն աղբյուրներից, կեղծ կայքերից ու օգտատերերից ստացված տեղեկությունների հետ, ստանում է լուսանկարներ ու տեսանյութեր, որոնց հավաստիությունը հնարավոր է պարզել միայն ժամանակակից թվային և առցանց հարթակների, գործիքների օգնությամբ:

