ПЪТЕВОДИТЕЛ ЗА

ПРОВЕРКА НА ФАКТИ В ДИГИТАЛНА СРЕДА

Автори: Георги Ауад, Мария Черешева, Петър Галев, Росен Босев

СЪДЪРЖАНИЕ

За авторите 3

Глава 1 / Основи на проверката на факти 5

Глава 2 / Как да използваме Търговския и Имотния регистър 12

Глава 3 / На кого е този сайт? По следите на информацията 17

Глава 4 / Каква е тази снимка (и видео)? Как да проверяваме автентичността и произхода на изображения и видеоклипове? 21

Глава 5 / Геолокацията: Откъде е тази снимка? 24

Глава 6 / Проверка на факти в социалните мрежи 27

Полезни ресурси 30

Казуси 32

Пример 1 / Стратегия за детето и „лошите“ практики на Запад 33

Пример 2 / Бил Гейтс и ваксините за COVID-19 37

Пример 3 / 5G, зомбито на пандемията 41

Наръчникът е създаден в рамките на проект “Проверка на фактите: създаване на общността”, който се изпълнява от Асоциация на европейските журналисти-България с подкрепата на Програма за малки грантове на Посолството на САЩ в България.

УВОД

Инфодемия. Дезинформационен хаос. Епоха на пост-истината. Многобройни са термините, с които медийни наблюдатели и анализатори се опитват да назоват информационната среда, в която живеем. Независимо как ще я назовем, едно нещо е сигурно – възможностите за заблуда и манипулация на общественото мнение никога не са били по-разнообразни от днес.

Пандемията от COVID-19, която избухна в Китай в края на 2019 г., ясно онагледи този проблем на глобално ниво. Дигиталната медийна среда за броени седмици се превърна в проводник на митове, манипулативни и сензационни твърдения, безотговорни политически изказвания и откровени лъжи, много от които имащи потенциала да повлияят на хората да вземат опасни за себе си и околните решения.

Наложилото се понятие за подобни вирусно разпространяващи се заблуждаващи и неверни твърдения е „фалшиви новини“. Тук обаче ние умишлено ще избягваме употребата му, тъй като феноменът, който наблюдаваме, е много по-сложен. За да легитимират дадена теза, най-успешните дезинформационни кампании залагат не толкова на фалшива, колкото на манипулирана или реална информация, извадена от контекста. Нещо повече, през последните години терминът „фалшиви новини“ се превърна в оръжие в реториката на влиятелни политици и икономически играчи, използвано за дискредитиране на критични към тях медии и журналисти. Ето защо в следващите страници ще обърнем специално внимание на различните типове дезинформация, мотивите, които стоят зад тяхното използване, и техниките за разпространението им.

Ще се спрем на различните инструменти за проверка на фактите в дигитална среда, както и на българските бази данни, които можете да използвате за вашите материали и журналистически разследвания. Чрез конкретни примери и казуси ще илюстрираме пътя на дезинформацията и начините, по които тя тръгва от маргинални източници, за да достигне крайната цел на създателите си: традиционните медии. Защото, макар и в дигиталната среда всеки човек с мобилно устройство в ръка и профил в социалните мрежи да играе ролята на медия, пробивът на манипулативни и неверни факти в масмедиите е това, което им дава утвърдена трибуна и допълнителна легитимност.

Тук ключовата роля имат журналистите и тяхната изначална мисия да проверяват информацията и да публикуват само доказани факти. В условията на информационен хаос тази задача превръща репортерската работа в истинско предизвикателство, наподобяващо реденето на сложен и объркан дигитален пъзел. Добрата новина е, че всичко оставя следи, дори и в дигиталния свят, а мисията е напълно възможна, стига да разполагаме с необходимата нагласа и инструментариум от полезни знания и „детективски“ умения.

Този наръчник представлява именно такъв набор от знания, примери и полезни инструменти, събрани с помощта на опитни журналисти, медийни анализатори и експерти по проверка на фактите. Така че – да се захващаме за работа!

С уважение,
Екипът на АЕЖ-България

ЗА АВТОРИТЕ

Георги Ауад е експерт анализи и измерване и оценка на репутацията със седем години професионален опит в управлението на екипи и проекти за някои от най-големите имена в индустрията като Precise, Kantar Media и Synthesio. Той е един от малкото у нас сертифицирани експерти от AMEC (Международна асоциация за измерване и оценка на комуникацията). Започва кариерата си в A Data Pro през 2011 г., работейки с английски, немски, френски и руски език, с фокус върху бизнес и финансови медии на основни европейски и азиатски пазари. Той е и сред гост-лекторите в курса за медиен мониторинг и анализ на социалните мрежи, който се провежда във Факултета по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) на СУ „Св. Климент Охридски".

Мария Черешева е член на Управителния съвет и един от основателите на Асоциацията на европейските журналисти – България (АЕЖ). Водеща е на предаването „Кой Говори" по Дарик Радио, а като журналист на свободна практика е работила с многобройни международни издания и организации като Balkan Insight, OCCRP, ZDF, Deutsche Welle, BBC, Ethical Journalism Network. Участвала е в международноправни трансгранични разследвания като Balkan Arms Trade, поредица, наградена с престижната награда Global Shine Award на Световната мрежа за разследваща журналистика, The Migrant Files, и др.

Петър Галев е медиен анализатор с дългогодишен опит в изследването на социалните и новинарски медии. Като част от екипа на агенция Perceptica участва в изготвянето на редица доклади, разглеждащи в дълбочина медийната страна на важни социални и политически проблеми.

Росен Босев е член на Управителния съвет на АЕЖ-България и член на УС на Антикорупционния фонд. Журналист е във в. „Капитал“ от 2005 г., където пише за проблемите на съдебната система и правоохранителните органи. Два пъти е получавал наградата на „Програма достъп до информация“ за използването на Закона за достъп до обществена информация, а през 2015 година получава наградата „Валя Крушкина – журналистика за хората“ в категорията за печатни медии. Специализирал е разследваща журналистика в САЩ и медийна етика в Centre de formation et de perfectionnement des journalistes, Париж. Участвал е в международни разследвания, а от 2019 година е член на международния екип на базирания в Берлин журналистически проект Correctiv.

Глава 1

Основи на проверката на факти

Понятието „фактчекинг“ (проверка на факти), или верификация, придоби по-сериозна популярност извън медийните среди в резултат от дигиталната революция и съпътстващата я вълна от дезинформация. Живеем в парадоксална ситуация – от една страна, потребителите никога не са имали по-бърз достъп до разнообразна информация, а от друга – никога не е било по-лесно те да бъдат подведени и заблудени, умишлено или не.

Паралелно с многобройните авторитетни и независими информационни източници, които можем да открием онлайн, в мрежата живее и сложна система от пропагандни страници, фалшиви профили, фабрики за „тролове“, последователи на конспиративни теории и други „замърсители на информационната среда“, които използват микс от комуникационни канали, за да манипулират общественото мнение.

Фактът, че традиционните медии все повече разчитат на съдържание, създадено от потребители на социалните мрежи, особено при отразяването на „горещи“ събития, допълнително увеличава риска от това заблуждаваща и непроверена информация да достигне до огромна аудитория.

Емблематичен пример за това е случаят, станал по-известен като “Germanwings”. През 2015 г. пилот на германската нискобюджетна авиокомпания разби управляван от него самолет във Френските Алпи в самоубийствен акт, отнел живота на 149 пътници. Минути след инцидента името на пилота, Андреас Любиц, вече беше известно на света, а снимката му, свалена от Facebook профила му, се въртеше по всички световни сайтове и телевизионни канали. Голяма част от медиите обаче показаха лицето на напълно невинен човек. До заблудата се стигна, след като потребител в Twitter сподели снимка, свалена от личния профил на човек, носещ същото име като това на пилота, но нямащ нищо общо с масовото убийство. В бързината да отразят трагедията авторитетни журналисти и медии споделят безкритично публикуваната в Twitter информация, без да направят елементарна проверка на профила на набедения за убиец човек.

От този казус може да се направят много изводи за работата на медиите в хаоса на дигиталната среда. Чарли Бекет, журналист с дългогодишен опит и преподавател в департамента по медии и комуникации в London School of Economics, сякаш успява да ги обобщи най-точно в коментара си по темата:

„Няма как да се състезаваш с глупостите, кликбейта, търговците с агрегирана информация – така че за истинските журналисти доброто верифициране е бизнес модел, а не опция по избор“.

Фактите и само фактите

Паралелно с многобройните методи за манипулиране на информацията журналисти, технолози и онлайн ентусиасти създават дигитални инструменти за проверка на фактите, независимо дали се отнася до текст, снимки, видео, аудио, или геолокация. Ще се спрем по-подробно на тях в следващата глава.

Преди обаче да се запознаем с тях, важно е да си припомним, че именно проверката на фактите, независимо от средата, в която работим, е ключът към добрата журналистика. Стремежът да публикуваме гореща информация или нови разкрития преди всички, които се усили многократно с навлизането на интернет, не е оправдание за това да бъдем немарливи спрямо фактите. А на проверка подлежат всички факти, независимо дали работим по задълбочено разследване или най-обикновена информационна дописка.

Кои факти трябва да проверим?

- **Изказвания**
- **Дати**
- **Имена**
- **Данни**
- **Статистика**
- **Цитати**
- **Графики**

Златното правило за проверка на фактите е винаги да се позоваваме на първичния източник на информация. Ако това е човек, свържете се с него, особено ако говорим за „лошия герой“ на вашата история. Информирайте го за твърденията в историята си и му оставете достатъчно време за коментар. Само така можете да сте спокойни, че не сте били несправедливи в отношението и преценката си.

Ако говорим за други факти, като статистически данни, официална информация от държавни или други организации, то най-добре е винаги да използваме официалните доклади, интернет страници, прессъобщения, и др. Позоваването на други медии не е желателна опция, освен ако не цитираме техни ексклузивни интервюта или разкрития, тъй като всички грешат, дори и най-добрите.

Какво да не правим:

- „Нямам време да го проверя“ не е оправдание!
- Не се оставяйте на лични убеждения да замъглят обективната ви преценка.
- Не подценявайте факти като маловажни. Понякога една сгрешена дата може да компрометира отлично свършена и задълбочена работа.

Защо да го правя?

- Да бъдем по-точни и справедливи
- Да не губим доверието на аудиторията си
- Да избегнем обвинения в неточност и съдебни преследвания
- Да спим спокойно вечер :)

Как да навигираме успешно в морето от дезинформационния хаос?

След като си припомнихме основополагащите принципи на журналистическа проверка на фактите, е време да си изясним какви са спецификите на разпространението на деизинформация в дигиталната среда. Както вече уточнихме в увода към този пътеводител, тук съвсем умишлено няма да срещнете термина „фалшива новина“, поради неговата крайна ограниченост и неточност.

Вместо него ви предлагаме методологията за категоризиране на различните видове дезинформация, разработена от Клер Уардъл, директор на американския офис на водещата световна организация, специализираща в проверка на фактите First Draft.

В своя „Основен гид за разбиране на дезинформационния хаос“ First Draft разделя дезинформацията на три основни подтипа, които често се преплитат. Те са:

- **Мисинформация** – неволни грешки, като неточни заглавия на снимки, дати, сбъркани статистически данни или превод, позоваване на сатирични сайтове като реални информационни източници;

  Пример: *През 2015 г. многобройни български медии публикуваха новина, че главният мюфтия на Саудитска Арабия е разрешил на мъжете да ядат жените си. Елементарна проверка на оригиналния източник на тази информация, плъзнала и в страни като Италия и Великобритания, показва, че месеци преди излизането ѝ у нас тя е публикувана от египетски сатиричен сайт. Това не ѝ попречи да си проправи пътя до централните емисии на водещи български телевизионни канали.*

- **Дезинформация** – Изфабрикувано или умишлено манипулирано аудио- или видеосъдържание, умишлено разпространявани слухове и конспиративни теории.

  Пример: *„Инфодемията“ около глобалната криза с коронавируса е богата на примери за дезинформация. Един от тях е слухът, че вирусът се разпространява чрез антените за 5G мобилно покритие, добил широка популярност и довел включително до разрушаване на подобни клетъчни кули от уплашени граждани в страни като Великобритания.*

- **Малинформация** - Умишлено публикуване на лична информация в името на личен или корпоративен интерес. Умишлено изменяне на контекста, датата или времето на публикуване на автентично съдържание.

  Пример: *Публикуването на части от личната кореспонденция на Хилъри Клинтън, кандидатка за президент на САЩ, доведе до мащабна кампания срещу нея, включително и чрез специално създадени сайтове, и в крайна сметка допринесе за провала ѝ в полза на настоящия американски президент Доналд Тръмп.*

От своя страна видовете мис- и дезинформация също подлежат на допълнителна категоризация според методологията на Уордъл. **Условно те може да бъдат разделени на седем подвида според своята степен на опасност от увреждане на информационната среда.**

(да се представи като скала от високо към ниско, виж тук: https://firstdraftnews.org/latest/information-disorder-the-techniques-we-saw-in-2016-have-evolved/)

1. **Изфабрикувано съдържание** – ново съдържание, което е напълно невярно и създадено, за да подвежда и причинява вреда.

2. **Манипулирано съдържание** – автентично съдържание, което е било изменено с цел заблуда.

3. **Присвоено съдържание** – присвояване на напълно автентични източници за лични цели.

4. **Грешен контекст**– споделяне на автентично съдържание с подвеждаща контекстуална информация.

5. **Подвеждащо съдържание** – подвеждащо използване на автентична информация за поставяне на дадена тема или личност в определени рамки.

6. **Погрешни връзки** – липса на синхрон между заглавието и визуалното съдържание с реалното съдържание на публикацията.

7. **Сатира и пародия** – съдържание без реално намерение да причини вреда, но с потенциал да заблуди потребителите.

Важно е да умеем да разпознаваме различните типове дезинформация, защото техните особености и потенциал да навредят на обществото могат да ни помогнат да преценим дали си заслужава да обръщаме допълнително внимание на дадена информация и да инвестираме време и ресурси в проверката на истинността ѝ. В доста случаи, ако дадена подвеждаща информация не е достигнала до широк кръг от хора и няма потенциал да се разпространи вирусно, по-разумно е да я подминем. Понякога, когато авторитетни медии и журналисти поставят някое абсурдно твърдение в светлината на прожекторите с най-доброто намерение да го оспорят, това има обратен ефект, защото дава желаната платформа на създателите му.

Първи стъпки в дигиталната верификация на факти

Намирането на истината в морето от дигитално съдържание звучи като мисия невъзможна. Няма място за отчаяние – всъщност дигиталната верификация е много логичен процес, основаващ се на няколко ключови принципа. Познавайки ги и въоръжени с необходимите технологични инструменти, търпение и въображение, задачата става не толкова сложна и дори забавна.

Наръчникът на най-важните правила в онлайн проверката на факти, част от инициативата Cross Check на First Draft, очертава пет основни стъпки, от които да се ръководим, когато проверяваме дадено видео, снимка, материал, профил в социалните мрежи или друга форма на дигитално съдържание. Всички те са от ключово значение за анализа ви:

1. **Произход** – Оригинално ли е съдържанието, което разглеждаме?

2. **Източник** – Кой е публикувал разглежданото съдържание?

3. **Дата** – Кога е създадено и публикувано?

4. **Локация** – Къде е създадено съдържанието – профил, сайт, снимка/видео и др.?

5. **Мотивация** – Защо е създадено дадено съдържание? Каква мотивация или интереси може да стоят зад сайта, профила или публикацията, които са привлекли интереса ни?

Колкото повече успеем да научим по всеки един от тези компоненти, толкова по-солидни ще са резултатите от проверката на фактите. За тази цел е добре да разчитаме на всички добре познати методи на разследващата журналистика в комбинация с полезните технологични решения, които ще ви представим на следващите страници от този пътеводител.

Преди да преминем към тях, запознайте се и с някои от основните съвети от наръчника на Европейския журналистически център – един от най-подробните практически помагала за проверители на факти, известни и като „фактчекъри“, създаден от водещи световни журналисти и експерти в областта.

Разработете ясен план и процедура за проверка на фактите в аванс. Те ще ви бъдат особено полезни при отразяването на горещи събития и кризи, в които ще бъдете залети от съмнително онлайн съдържание.

Овладейте добре различните методи за търсене на информация в интернет, както и специално създадените приложения за проверка на информацията. Те ще са ви **безценен помощник.**

Не разчитайте само на технологиите. Търсете оригиналните източници на информацията, говорете с хората, допитвайте се до експерти по темата, която проверявате.

Винаги бъдете скептични: лошата новина е, че абсолютно всичко онлайн може да бъде една голяма манипулация, колкото и впечатляващо да изглежда.

Работете в сътрудничество с други експерти в сферата: проверката на фактите е колективен спорт.

Източници

https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Verifying_Online_Information_Digital_AW.pdf?x88639

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520role%2520of%2520journalism%2520in%2520the%2520Digital%2520Age.pdf

https://firstdraftnews.org/latest/information-disorder-the-techniques-we-saw-in-2016-have-evolved/

https://datajournalism.com/read/handbook/verification-2

Глава 2

Как да използваме Търговския и Имотния регистър

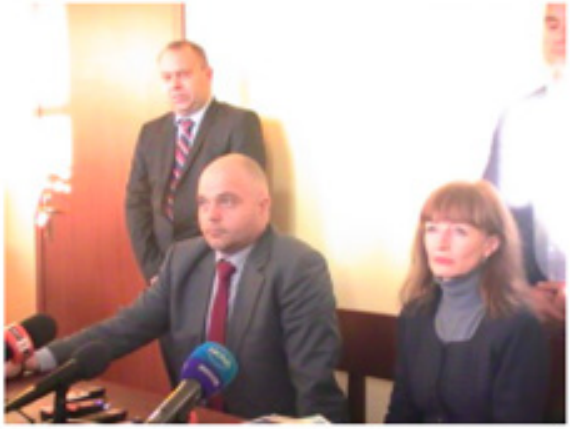
Едно от златните правила в журналистиката е, че информацията трябва да се потвърди от няколко независими източника. Рядко има случаи, в които този принцип да не важи. Поддържаните от държавата публични регистри са източник, на който вие може да се позовете, без да търсите друго потвърждение. Ако Търговският регистър е нещо като Facebook за всички фирми, регистрирани в България, то кадастърът и Имотният регистър са бюрократичният вариант на Google Earth.

Чия е тази фирма?

Фирмата, чийто боклук се запали под "Струма", складирала за Ндрангета в Плевен

02.01.2020 17:30; 24 часа онлайн 24272;

Tweet Сподели



Главният секретар на МВР главен комисар Ивайло Иванов огласи подробности за специализирана операция в Плевен по линия на управляване и съхраняване на отпадъци. Разследването се води под прякото ръководство на окръжния прокурор Ваня Савова. Снимка МВР

Фирмата, стопанисваща **сметището, което запали мост на магистрала "Струма"**, складирала боклука на калабрийската мафия Ндрангета в Плевен, съобщава NOVA.

"Феникс" ЕООД се е сдобила с разрешително от РИОСВ за горене на боклука от Италия, въпреки че не е имала капацитет да извърши подобна дейност. Проверява се дали разрешителното е фалшиво. Отпадъците били съхранявани в склад в Плевен, който в момента е запечатан от властите.

По първоначална информация става въпрос за над 8 000 тона боклук.

„По случая е образувано досъдебно производство. Разследването тече от близо два дни. През това време са извършени всички неотложни действия – оглед на местопроизшествие и разпити на хора", заяви на брифинг окръжният прокурор на Плевен Ваня Савова.

Тя поясни, че разследването е свързано с длъжностни лица, които евентуално не са изпълнили задълженията си във връзка с вноса и съхранението на отпадъци.

В началото на 2020 г. полицията съобщи, че в Плевен е било открито незаконно депо, в което са били складирани отпадъци, които най-вероятно са били внесени от Италия. Темата за вноса на отпадъци в България и тяхното оползотворяване се превърна във

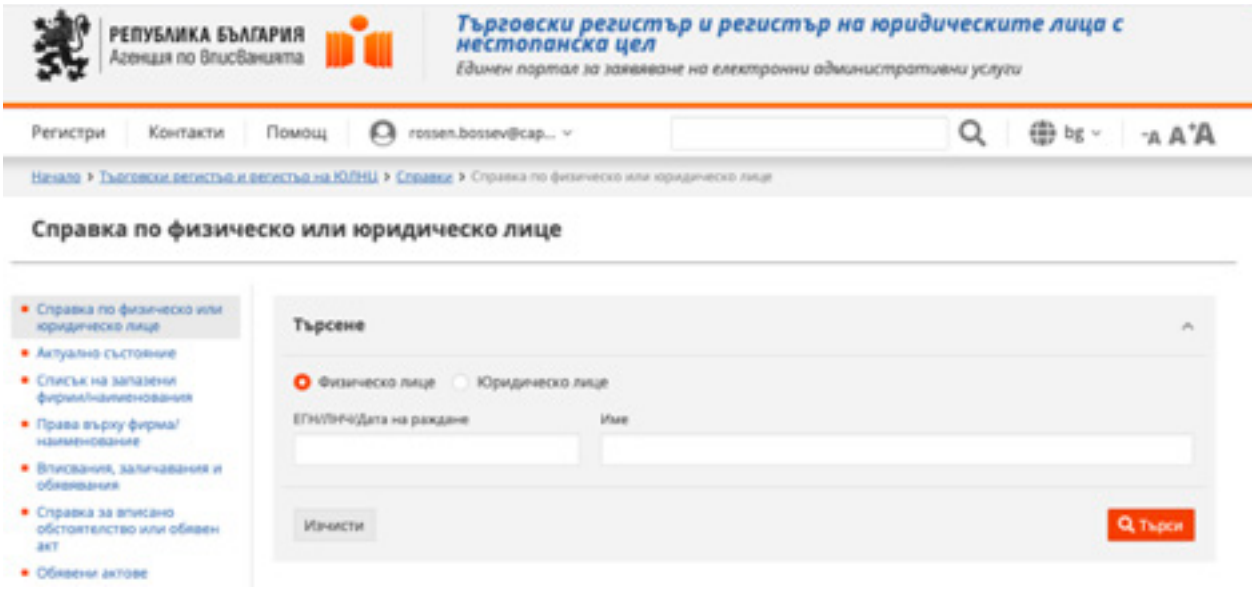
водеща новина за българските медии. По време на брифинг на МВР по случая не беше споменато името на фирмата, но скоро след това изтече информация, че става дума за „Феникс“. Компания с подобно име вече беше замесена в скандал с боклук, когато през август 2019 г. складирани от нея отпадъци под магистрала „Струма“ се запалиха.

В първите минути в множество медии се появиха публикации, които твърдяха, че фирмата е една и съща. Навярно много репортери и редактори са си помислили: „Името е „Феникс“ и се занимава с боклуци – няма как да е друга“. Но в България има 1764 фирми, чиито имена съдържат думата „феникс“ , а 47 от тях имат за предмет на дейност нещо, свързано с отпадъци.

Една буква в наименованието или сбъркан фирмен адрес могат да ви отведат в тотално грешна посока, както се е случило с новината за намерените в Плевен отпадъци.

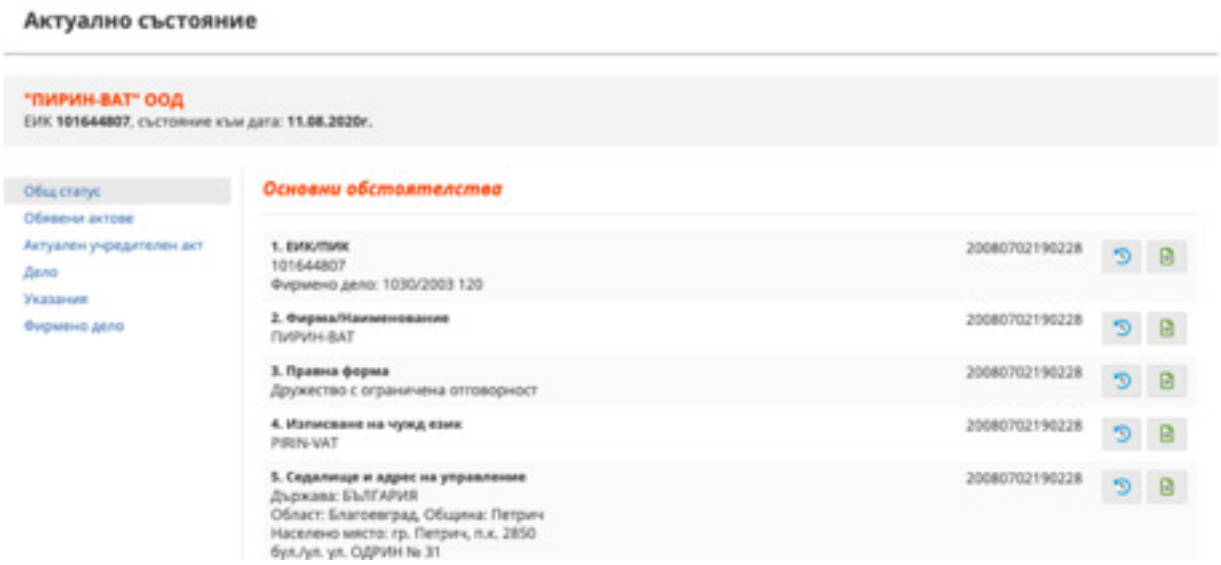
Търговският регистър и регистърът на юридическите лица с нестопанска цел е към Агенцията по вписванията. За да получите достъп до информацията, съдържаща се в него, трябва да се регистрирате на сайта, а за да видите сканираните документи, на базата на които е станало вписването, трябва да се идентифицирате с електронен подпис или персонален идентификационен номер.

В регистъра може да се търси по име или идентификационен номер на юридическо лице, или по ЕГН/личен номер на чужденец, или три имена.



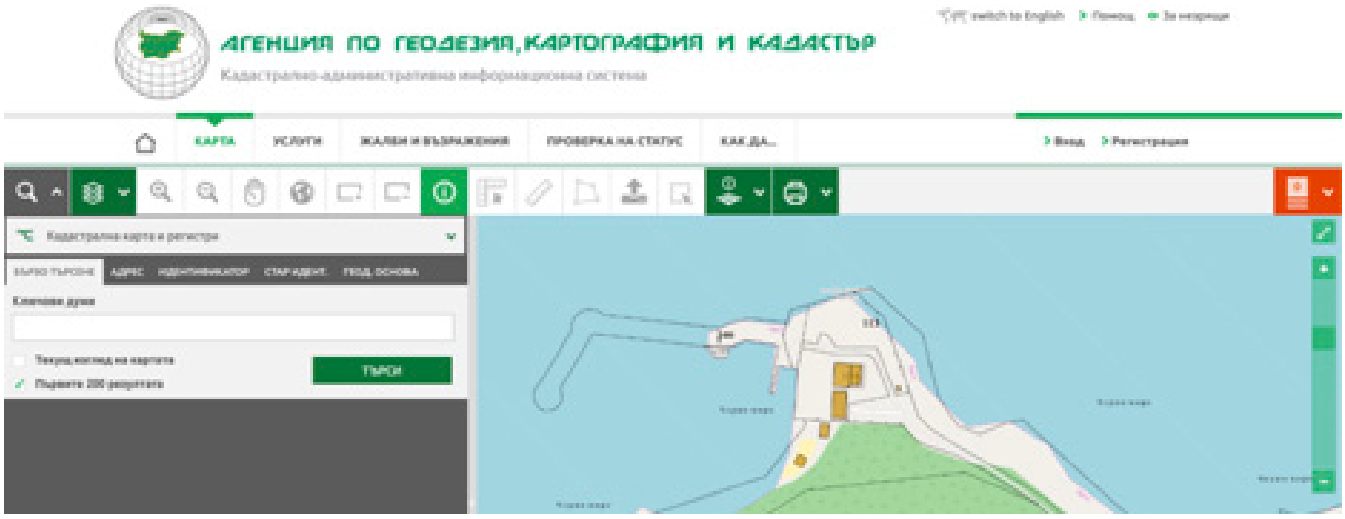
Всеки един детайл може да е от значение за вашето проучване. Ако проверявате фирма или сдружение, е желателно да се върнете назад във времето, за да проследите промените – в адреса на регистрация, в хората, които са влизали в управлението и собствеността, в предмета на дейност на компанията.

Данните от първичните документи (протоколи от общи събрания, пълномощни, декларации, бележки за платена такса) също могат да бъдат носители на полезна информация, но достъпът до тях става след идентификация с електронен подпис или ПИК от НАП.



При по-задълбочено проучване на някоя фирма е добре да се запознаете с всички документи, на базата на които е станало вписването (протоколи от общи събрания, пълномощни, декларации, бележки за платена такса). От тях може да получите много ценна информация.

Чия е тази къща?



Историята с лятното имение, ползвано от почетния лидер на ДПС Ахмед Доган в Росенец край Бургас, преплита множество сюжети - отношението на държавата към публичните имоти, регулацията на строителството, осигуряването на достъп до плажната ивица и т.н.

Първите статии, разкриващи случващото се в района на Росенец, са от 2016 г. и са изцяло базирани на информация от общодостъпни източници – справки от имотния и от търговския регистър и данни от Кадастрално-административно информационна система (КАИС) на Агенцията по геодезия, картография и кадастър.

През КАИС може да извадите информация, която да ви помогне да се идентифицират конкретни поземлени имоти, сгради и отделни обекти в тях (като апартаменти) – идентификатор, площ, регулация и т.н. Можете да търсите както по адрес, така и по идентификатор, а също така и визуално през кадастралната карта – по същия начин, по който разглеждате определен адрес с помощта на Google Earth.

При търсене в кадастралната карта може да избирате „подложката“ на картата и в зависимост от предпочитанията си да ползвате административна карта или ортофотография.

След като сте идентифицирали имота, може да потърсите информация в Имотния регистър за това кой е собственикът му, кога е бил купен (ако е бил придобит с покупка, или е бил ипотекиран, заменен и т.н.) и евентуалната стойност на сделката.

Търсенето в Имотния регистър може да става по няколко критерия:

Документ – това е нотариалният акт, договорът за ипотека, замяна и т.н., с които промяната в собствеността на имота е била вписана в регистъра. През това търсене вие може да разберете материалния интерес по сделката. Тази информация може да ви даде представа за каква стойност е бил прехвърлен имотът. За да научите точните параметри на сделката, обаче ще трябва лично да отидете на място в съответната агенция по вписвания и да вземете копие от документа, който ви интересува. Процедурата отнема няколко минути. След като попълните молба, подадете я на гишето, платите таксата, служителят от Агенцията по вписванията ще ви разпечати нотариалния акт или съответния документ.

При търсене в кадастралната карта може да избирате „подложката“ на картата и в зависимост от предпочитанията си да ползвате административна карта или ортофотография.

Физическо или юридическо лице – така ще получите информация за всички сделки, които човек или фирма са правили във всички или в конкретна регионална служба по вписванията – от 1991 г. до днес.

Имот – може да търсите по идентификатор (който може да получите от кадастъра) или по адрес.

Упражнение
На кого са имотите в Росенец?

Влезте в кадастъра. Отидете през интерактивната карта до района на Росенец и нос Чукалята, където се издига имението, ползвано от Ахмед Доган. Ако кликнете върху терените, ще видите информация, която да ви помогне да ги индивидуализирате – площ, предназначение на терена, регулация, като най-важната е кадастралният идентификатор.

Следващата стъпка е да направите търсене в Имотния регистър (изберете следната опция: „Справка чрез отдалечен достъп за имот от имотен регистър”) по идентификатора на имотите, които сте извадили от кадастралната карта. От резултата ще видите, че собственик на имотите е дружеството „Хермес солар“.

Последната стъпка е да влезете в Търговския регистър и да видите информация за собствеността и връзките на „Хермес солар“.

Ако искате да направите пълен профил на фирмата, ще трябва да проверите и всички имотни сделки, които тя е правила през годините. Така например ще разберете, че фирма „Хермес солар“ е била кредитирана от Корпоративна търговска банка.

Глава 3

На кого е този сайт? По следите на информацията

Когато проверявате една информация, едно от най-важните неща е да знаете откъде тръгва тя. Кой е собственикът на един сайт? Каква е редакционната му политика? Кой пише за него? Какви статии се публикуват? Къде и от кого се споделят публикациите? Отговорите на всичките тези въпроси могат да ви помогнат да разберете защо една фалшива или манипулативна статия се появява на едно място и как информацията се разпространява.

В началото на август в няколко български сайта се появи материал, приписван на „британски журналист“, чието заглавие гласеше „Тайните служби на Русия ползват Радев и Йончева за свалянето на Борисов“.

Tribune

НОВИНИ ПОЛИТИКА ОБЩЕСТВО ЗАКОН И РЕД СВЯТ ПАРИТЕ СПОРТ ШОУ МНЕНИЯ МРЕЖАТА

07 август, 12:29 / Tribune / 32 коментара

Британски журналист: Тайните служби на Русия ползват Радев и Йончева за свалянето на Борисов

„Русия засилва атаките си срещу Европа. На мушката е България“, твърди Джон Кампфнер, журналист и старши сътрудник в RUSI Кралският институт за обединени услуги (RUSI)

Текстът цитира статия на Джон Кампфнър, известен английски журналист и анализатор, както и сътрудник на Кралския обединен институт за изследвания в сигурността и отбраната (RUSI), авторитетен изследователски център във Великобритания. Странното обаче е, че подобно сериозно твърдение се появява едва в няколко български сайта, които нямат репутация да спазват журналистическата етика, а в първоизточника на публикацията (жълтия сайт blitz) липсва източник. Така, само с няколко клика и търсения, може ли убедено да твърдите, че въпросната публикация е фалшива? Достатъчно ли е това, за да сглобите статия? Не. Трябва да копаете по-дълбоко.

Търсенето в Google на отделни фрази от текста, които проверявате, може да ви помогне да откриете и други сайтове, в които публикацията се е появила, а оттам да разберете и коя е най-старата от тях. По теми с международен отзвук, като ваксините и Истанбулската конвенция например, често става дума за преводни новини от чуждестранен източник. Тогава преведете отделни фрази (на руски или английски език) и търсете по тях.

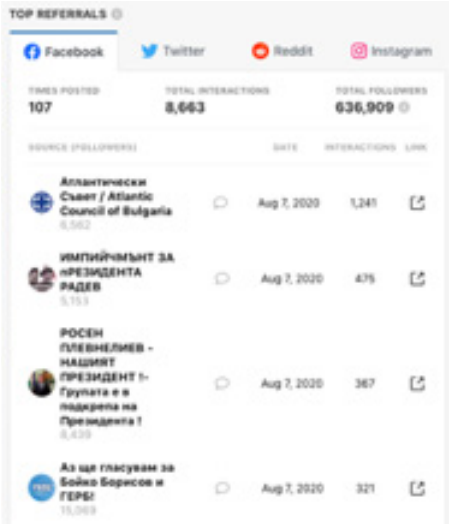
Следващата стъпка е да разберете кой стои зад сайта и какви интереси се крият зад всеки един сайт по веригата на разпространение на новината. Възможно е накрая да стигнете до сайт, чиято собственост е скрита.

Търсачките WHOIS (за сайтове извън България) и register.bg могат да ви помогнат да намерите на чие име е регистриран сайтът, който ви интересува. Ако става дума за фирма, може да използвате Търговския регистър, за да проверите собствеността ѝ. Обърнете внимание и на адреса, зад който може да се крие реалният собственик. **Domain big data** е сайт, който представя нагледна и пълна информация за домейна, който ви трябва, като позволява търсене по контакти на записания като регистрант (човекът или фирмата, на чието име е регистриран сайтът).
С **Complete DNS** може да проследите историята на сървърите, на които е бил качен даден сайт, както и други страници, които го използват.

Често собствеността е скрита зад регистрант, който предлага анонимна регистрация. Само по себе си това обстоятелство е основание да подложите на съмнение достоверността на информацията, защото прозрачността в медийната собственост е базово условие (но не и гаранция) за достоверност.

Друга възможна хипотеза е човекът или фирмата, на която е регистриран сайтът, да са подставено лице, а истинският собственик (или този, който контролира съдържанието) да е друг.

В такива случаи ще трябва да използвате косвени доказателства – анализ на съдържанието, свързаност с Facebook групи, в които се споделят публикациите от сайта.



Това може да направите през разширението за Chrome CrowdTangle. Сайтът BuzzSumo също предлага такава опция, като разликата между двете е, че **CrowdTangle** дава информация за конкретна публикация, а **BuzzSumo** (който обаче изисква допълнителна регистрация за достъп до повечето функции) показва в кои групи са споделяни публикациите от целия сайт.

Друг възможен подход е да се ориентирате през рекламния отдел на изданието. Понякога в информацията за рекламната тарифа има данни, които могат да ви насочат към реалните собственици на сайта (име на човек за връзка, адрес, телефон, имейл адрес, банкова сметка).

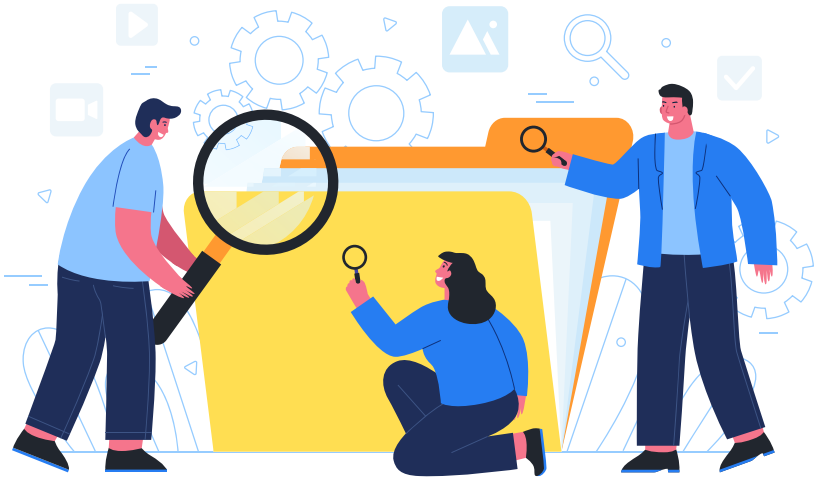
Ако страницата, която разглеждате, използва някоя от платформите за реклама AdSense или Analytics, то в кода на страницата се съдържа ID номерът на клиентския акаунт. През сайтове като **analyzeid.com** може да откриете други страници, които използват същия акаунт, което е достатъчно доказателство, за да покажете наличието на свързаност в собствеността на различните страници.

С помощта на платформата **Wayback machine** може разглеждате старите версии на една страница и така да откриете редакции. Тя също има приставка за браузър, която дава възможност да архивирате отделна страница. Същата услуга предлагат и **други платформи**.

Проследете внимателно кои групи в социалните мрежи споделят материала от определен новинарски сайт. Вижте времето, което е изминало между публикуването на статията и споделянето в тази група.

Упражнение

Проследете как тръгва невярната информация, че „тайните служби на Русия ползват Радев и Йончева за свалянето на Борисов“.



Глава 4

Каква е тази снимка (и видео)? Как да проверяваме автентичността и произхода на изображения и видеоклипове?

В епоха, в която информацията ни залива денонощно, снимките и видеоклиповете се оказват едно от най-силните оръжия за въздействие. Или както се казва – една снимка струва колкото хиляда думи. Ето защо трябва да бъдем силно критични към изображения и клипове, които стигат до нас, без да имат ясен първоизточник. Как можем да проверим тяхната достоверност обаче?

Още в самото си начало антиправителствените протести от юли 2020 г. бяха белязани от брутален случай на полицейско насилие, станал буквално пред входа на Министерския съвет и Конституционния съд. Липсващата, или най-малкото противоречива, информация по случая породи редица конспиративни теории, а в социалните мрежи се появи снимка на младо момче с насинено лице. Снимката беше споделяна с коментар, че това е пребитият от полицията студент в Хага Евгени Марчев.

При бърза проверка на снимката обаче можеше да се разбере, че тя всъщност е направена през 2015 г. и показва 16-годишен пловдивчанин, пребит от футболни фенове.

Опцията за „обратно търсене“ на изображения е ключов инструмент при проверката на факти. Този инструмент ви позволява да проверите снимка в търсачка на изображения (най-популярната е Google image search), за да намерите кога и как въпросната снимка е използвана преди това. Това е добър начин да откриете дали става дума за старо изображение, пришито към „новина“, подход, който често се използва за пропаганда по време на военни конфликти и масови събития.

Може да използвате обратното търсене на изображения, за да получите отговор на въпроса „какво е това“ – сграда, човек и т.н.
Ако в полето, където е качена снимката, посочите и уточнение (предположение за това какво може да има снимката), това може да стесни резултатите от търсенето.

Дори и да намерите снимката, обратното търсене може да ви е от полза и за да разберете какво представлява отделен елемент в нея – силует на църква, неразбираем пътен знак, емблема...
Следващата стъпка от проверката на изображения са техните метаданни – цялата техническа информация, която е останала във файла при неговото създаване.

Макар и най-популярната платформа за обратно търсене на изображения да е Google Images, повече от желателно е да проверите и други сходни търсачки като **Yandex**, Baidou. Сайтът **tineye.com** е специално направен за „обратно търсене“ и откриване на източник. Приставката за Chrome **RevEye** позволява с един клик да търсите в конкретна или във всички търсачки за изображения.

В интернет има различни ресурси за визуализиране на т.нар. **Exif данни**. От тях може да разберете кога е създадена снимката, с какъв апарат, а ако е използван мобилен телефон, дори и координатите на местоположението, на което снимката е направена. Изтриването на тези данни е изключително лесно (и става автоматично при качването на снимката в социални мрежи например) и по-скоро трябва да разчитате на небрежността на автора на изображението.

Добра идея е да помолите ваш колега-фотограф да погледне снимката. Фотографите имат съвсем друго око за детайлите и могат да забележат неща (включително и в техническите данни на снимката), които вие може лесно да пропуснете.

Платформата **Truepic**, която е платена, предлага възможност за професионален анализ на изображенията с оглед откриване на манипулации. Безплатна алтернатива е и **FotoForensics**.

Проверката на видеа става по сходен начин на проверката на снимките. Платформата **InVID** предлага набор от различни търсачки, които да ви помогнат в анализа на дадено видео. Тя например прави стопкадри от видеото, за които впоследствие прави обратно търсене като при търсене на изображение. Amnesty International са разработили **платформа**, която „извлича“ метаданни от видеата. Сайтът **YouTube location finder** пък позволява да намерите видеа от точно определено местоположение и време.

Ако търсите конкретен документ или споменаването на нещо в документ, направете търсене в Google Images и изберете да ви се показват само черно-бели резултати.

Google Image Search е най-популярната търсачка на изображения, но далеч не е единствената. Руската Yandex понякога показва по-добри резултати при търсене на лица. Други опции са Bing, TinEye, Baidou... Съществуват приставки за браузъри (като RivEye), които позволяват с един клик върху изображението да направите обратно търсене във всички бази данни.

Глава 5

Геолокацията: Откъде е тази снимка?

Въпросът къде и кога е направена една снимка или видео, може да се окаже ключов, когато се опитваме да проверим тяхната достоверност. Геолокацията – определяне на географското местоположение на даден потребител или на самото устройство, свързано с интернет, ни позволява чрез използването на общодостъпни платформи да намерим отговора именно на този въпрос.

В средата на август в сайта „Афера“ се появи публикация, в която се твърдеше, че бившият председател на Комисията за финансов надзор, а после ръководител на Българската банка за развитие Стоян Мавродиев притежава къща на полуостров Халкидики. Към статията бяха приложени няколко снимки на имота, както и малко подробности – името на селото, където са намира сградата, както и нейната квадратура. Т.е. информацията, с която разполагате, е оскъдна. Има ли как да потвърдите поне тази част от анонимните твърдения в текста, появил се в сайт, който често публикува материали, без да се позовава на източници или да проверява фактите?

Въоръжените конфликти в Близкия изток и Украйна, както и операциите на руското военно разузнаване ГРУ в Западна Европа популяризираха един изцяло нов подход за правене на „дистанционна“ журналистика – геолокацията. Най-общо казано, чрез общодостъпни средства (Google Earth, Google Maps, Bing, Wikimapia и т.н.) може да бъде намерено точното местоположение, където е направена една снимка или видео, и дори датата и часът, когато е направена.

Разбира се, най-лесният начин да определите геолокацията е ако разполагате с метаданните на снимката и видеото, направени с мобилен телефон (как да проверяваме информация за снимки и видеа, говорихме в предните глави). Затова е добре да ги проверите. Следващата стъпка е да направите обратно търсене на снимката (за справка: Глава 4). Така може да откриете други места, на които снимката е използвана, и това да ви помогне в локализирането ѝ (например обяви за недвижими имоти).

Следващата стъпка е да се опитате да геолокализирате снимката или видеото. Всеки детайл може да се окаже от значение – времето (дали има облаци, дали вали, кой сезон е), сенките, растителността, околните сгради, пътната маркировка. Един ключ за осветление може да ви подскаже в коя държава е правена снимката. Песента на птица например може да ви даде отговор кой сезон е и къде горе-долу е направено видеото.

Чрез платформата **Suncalc** може да изчислите местоположението на слънцето спрямо датата и предполагаемото местоположение.

Ако търсите местоположение на сграда, консултирайте се с архитект, урбанист, а дори и брокер на недвижими имоти. Тяхното познание може да ви помогне при проучването.

Скицирайте важните детайли на имота. В коя посока е ориентирана къщата? Как са разположени пътищата около нея (дали улицата минава пред или зад къщата)? Има ли растителност и как е разположена тя спрямо къщата?

Тази скица ще ви е изключително полезна, когато тръгнете да търсите обекта в Google Earth.

Всъщност Google Earth/Maps е най-популярната платформа, но далеч не е единствената. Yandex, Bing, Yahoo също поддържат карти, а през платформата Wikimapia може да сменяте слоевете и така да разглеждате един обект в различните платформи, без да трябва да посещавате различните сайтове.

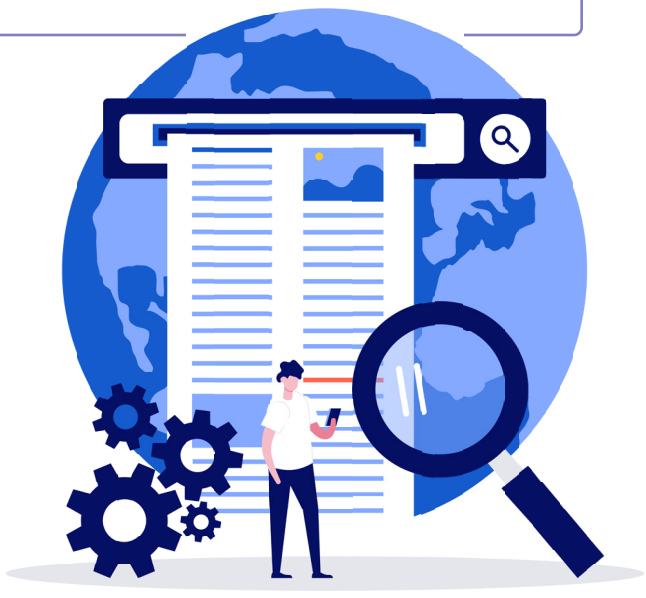
Google Street View дава единствено информация за месеца и годината, в които е направена снимката. Ако искате точен час и дата, ще трябва да се „разходите“ из населеното място и да потърсите часовник. В София например датата и часът са изписани на общинските информационни табла за чистота на въздуха. На електронните табла на спирките на градския транспорт също е изписан часът.

Ако търсите сграда, опитайте се да скицирате важните детайли на снимката – ориентация на къщата, местоположение на околни улици, растителност, цвят на покрива. Това ще ви помогне при търсенето в Google maps.

Упражнение

Къде е къщата на Мавродиев?

В сайт, за който има данни, че публикува непроверена информация, се появяват снимки на къща, за която се твърди, че е на бившия председател на Комисията за финансов надзор. Има данни за това, в кое населено място е разположена и предполагаемата ѝ площ. Може ли да я откриете на картата?



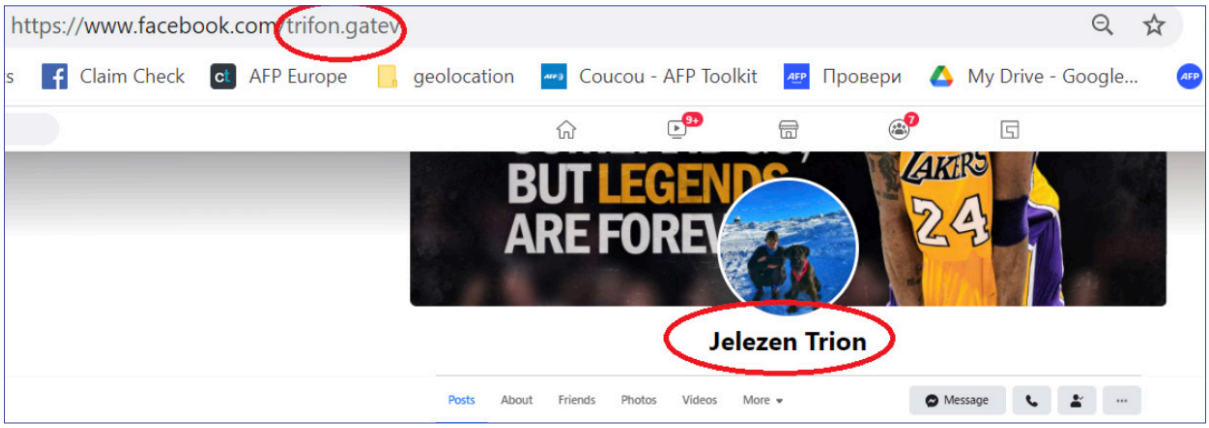
Глава 6

Проверка на факти в социалните мрежи

По данни на платформата за анализ на уеб трафика statscounter от февруари 2021 г. Facebook има над 96% пазарен дял сред социалните мрежи в България, а по данни на германската маркетингова компания Statista към февруари 2021 г. потребителите на Facebook в страната са 4.3 млн. Ето защо, ако не е сигурно, то е поне твърде вероятно да се сблъскате със социалната мрежа, когато правите проверка на факти. Хипотезите са много – да намерите конкретен човек, група от хора по определен критерий (живеещи в даден град, харесващи една и съща музика, отбелязали са се в един ресторант в определена дата и т.н.), конкретна публикация, споделена снимка или видео – всичко това може да влезе в употреба при проверката на факти.

Търсене във Facebook

След 2014 г. компанията започна да ограничава възможностите за семантично търсене, за да го преустанови съвсем през 2019 г. Днес това е възможно до известна степен, но с немалко усилия и повече късмет. За целта трябва да си поиграете с адреса, който се генерира при търсене във Facebook, и да променяте различни негови параметри.
Как става това, може да видите **myk**, а търсачка е разработена **myk**.



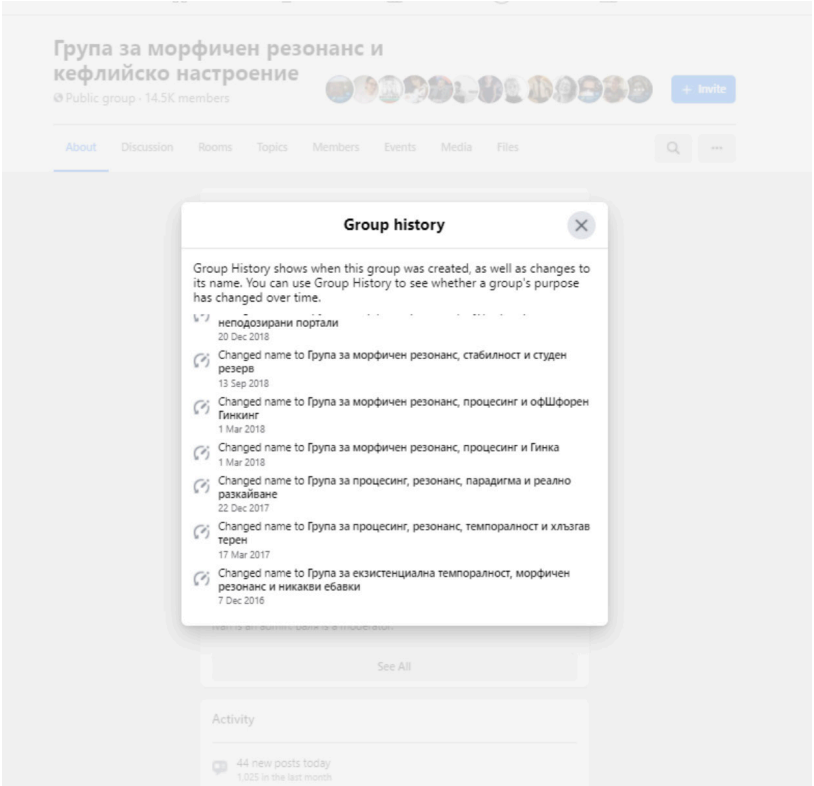
Разминаване между ID и профилно име

Как да открием дали някой профил е фалшив

Най-често това става, когато е налице верига от косвени белези. Първо е добре да погледнете името на човека и да го сравните с това, което се появява на профилното му ID. Често фалшивите профили се ребрандират и в зависимост от целите, за които се използват, те се преименуват, сменя се местожителството им, профилната снимка. Много често обаче при промяна на Facebook името не се променя потребителското име (т.нар. ID). Тъй като Facebook официално иска това ID да съвпада с истинското ви име,

то сериозно разминаване между тези два показателя (мъжко и женско име например или типично индийско или американско) може да е индикация за фалшив профил.
Друга важна стъпка е да проверите използваната профилна снимка, като направите обратно търсене на изображението (виж глава 4). Резултатът може да ви отведе до база данни с изображения, снимка на известна личност или просто на реален човек – все индикации, че профилът е фалшив.

На следващо място, огледайте се за всяко отклонение от обичайната практика при Facebook потребителите – липса на снимки, малко приятели, противоречиви данни в биографията, свръхактивност или обратното – никаква активност, всичко това може да е индикация за това, че профилът, който проверявате, е фалшив.



История на промяна на имената на Facebook група

Търсене във Facebook

Ако сте се чудили каква е разликата. Facebook страницата (Page) е като профил на човек, но на фирма, търговска марка, филм, група, политик и т.н., докато група (Group) е общност от хора, които споделят сходни интереси. Стандартите за прозрачността на двете са сходни.

Ако отидете на Group history, ще може да видите кога е създадена групата и как и кога е променяно името ѝ. Същата информация за страница се вижда в секцията Page transparency.

Информацията за това кой е администраторът на дадена група е публична, но кой е администраторът на facebook страница – не. В рубриката Page Transparency може да видите информация единствено за това къде се намират хората, които управляват групата. Това може да е индикация (например група за ваксините, която се управлява от Русия).

Инкогнито (профил)

Много често в работата може да се сблъскате със затворени групи, които едва ли биха ви приели с публичния ви профил. Ето защо е добра идея да имате инкогнито профил, който да използвате. Тук обаче трябва да внимавате – събирането на информация под лъжовна самоличност влиза в конфликт с базови принципи на журналистическата етика. Ето защо трябва да говорите с вашия редактор за това как и дали може да използвате информацията, до която сте имали достъп.

FBDown – изтегляне на видеа от Facebook

Използвайте страницата **FBDown**, за да изтеглите видео, което се разпространява във Facebook. Това може да ви е от полза, ако искате да го изследвате чрез обратно търсене (вижте глава 4) или за да го архивирате. Друго приложение с подобна функция е **getfbstuff.com**

Who posted what

Това е **платформа**, която позволява търсенето на публикации във Facebook по ключова дума за конкретен период от време, точна дата или локация. През същия сайт може да се търсят и публикации в Instagram за конкретна локация.

Instagram

Социалната мрежа за споделяне на снимки и видео Instagram е втората по популярност в България. Приложението Story Saver дава възможност да сваляте истории, или т.нар. story-та. Сайтът www.instadp.com позволява да търсите профилни снимки, които да сваляте в голям размер.

Инструменти за проверка в Twitter

Botometer е платформа, която позволява детайлен анализ на поведението на конкретен акаунт в Twitter и последователите му с оглед установяване на автоматизирани профили (ботове). Друга подобна платформа е **Twitteraudit**.
twlets.com е платформа, която ви позволява да свалите в табличен вид данните от конкретен профил, за да може да ги анализирате по-лесно.
Друга платформа, която позволява по-лесно наблюдаване на twitter, е **TweetDeck**.

Полезни ресурси

В мрежата можете да откриете многобройни материали, които да ви помогнат в процеса на верификация на информацията онлайн. Екипът ни подбра някои от най-полезните според нас ресурси, без да претендираме за изчерпателност на списъка.

Наръчник за верификация на Европейския журналистически център:
https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3

Наръчник за верификация за разследващи журналисти на Европейския журналистически център:
https://datajournalism.com/read/handbook/verification-2

First Draft News: Наръчник за верификация на информация онлайн:
https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Verifying_Online_Information_Digital_AW.pdf?x88639

First Draft News: Наръчник за етично отразяване в ерата на дезинформационен хаос:
https://firstdraftnews.org/latest/how-journalists-can-responsibly-report-on-manipulated-pictures-and-video/

First Draft News: Фалшиви новини. Сложно е: анализ на дезинформационната екосистема:
https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/

Информационен хаос: доклад на Съвета на Европа:
https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77

EUvsDisinfo: Страница на звеното за борба с дезинформацията към Европейската служба за външна дейност:
https://euvsdisinfo.eu/

Лъжи, проклети лъжи и вирусно съдържание: подробно изследване на разпространението на дезинформация, Крейг Силвърман, Tow Center:
https://www.cjr.org/tow_center_reports/craig_silverman_lies_damn_lies_viral_content.php

Инструменти за журналисти с обучителни модули за използването им на Google News Initiative:
https://newsinitiative.withgoogle.com/training/tools

Инструменти за проверка на факти от First Draft News:
https://start.me/p/vjv80b/first-draft-basic-toolkit

Инструменти за проверка на факти поддържана от професора по журналистика в университета в Илиноис Майк Рейли:
https://www.journaliststoolbox.org/about/

Наръчник за използване на обратно търсене на снимки на разследващата организация Bellingcat
https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2019/12/26/guide-to-using-reverse-image-search-for-investigations/

Етичен кодекс на международната мрежа на проверителите на факти:
https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/

Казуси

Пример 1

Стратегия за детето и „лошите“ практики на Запад

В станалия печално известен случай с кампанията около Стратегията за детето източниците на дезинформацията се опитват да привлекат последователи с едни и същи неверни публикации, публикувани през интервали от време, понякога достигащи няколко години. Кулминацията на подобни усилия се достига с подобни публикации:

/Поглед.инфо/ „И ще познаете истината и истината ще ви направи свободни.“

Статията е от pogled.info и се появява в разгара на кампанията против Стратегията за детето през 2019 г. Тя включва най-силните опорни точки на движението като „ювеналната юстиция“, която според тях представлява „законно отвличане на деца“, „мрачната норвежка система Барневар“, която наред с други неща включва и „секстренинг на деца“, както и широкото разпространение на педофилията в скандинавските страни (плюс Германия, Холандия и други), което е една от причините те да искат да вземат деца от България и други държави от Източна Европа.

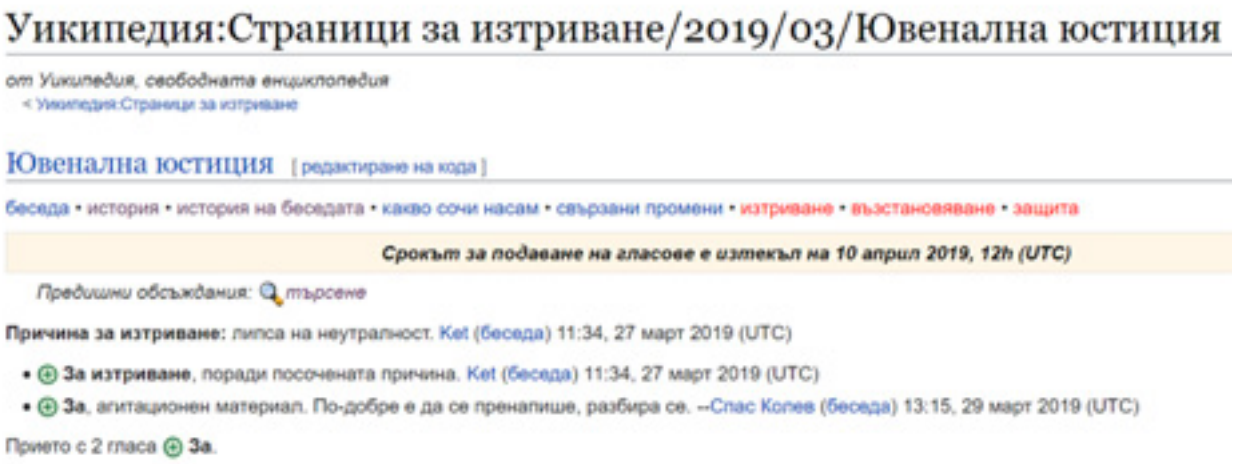
Според твърденията на самия сайт публикацията е видяна близо 170 хил. пъти към май 2020 г. Макар и да не идва директно от гореспоменатото движение, статията използва всяка една опорна точка, която то е успяло да акумулира с времето. Във Фейсбук са налични над 7000 интеракции със статията, голяма част от които споделяния.

Какви са сигналите, че може да става дума за фалшива новина?

Превод от друг език/несвойствени термини

В огромната си част фалшивите новини по темата са преведени, най-често от руски език. Първият и най-сигурен начин да се познае, че случаят е именно такъв, е чрез чуждици, нехарактерни за българския. Отличен пример е терминът „ювенална юстиция", който до преди 2019 г. звучи крайно несвойствен за нашия език. Това се дължи на факта, че реално става дума за английски термин (juvenile justice), който е преминал през транслитерация (вместо превод) на руски и оттам директно е зает от проруски кръгове в България. Реалният превод на този термин на български е детско правосъдие и като такъв се среща и в редица текстове по въпроса.

Хората, разпространяващи тези новини и до голяма степен ръководещи кампанията срещу Стратегията за детето, са напълно наясно с това, че терминът звучи несвойствено и може да накара някои хора да се усъмнят в материала или поне да потърсят повече информация за случая. Като най-добър начин да се наложи „ювенална юстиция" като нещо реално и съществуващо в българския език е използвана българоезичната Уикипедия. През 2012 г. Николай Дренчев от партия „Възраждане" първо призовава за създаване на такава статия, а после сам пристъпва към направата ѝ.



Уикипедия:Страници за изтриване/2019/03/Ювенална юстиция

от Уикипедия, свободната енциклопедия
< Уикипедия:Страници за изтриване

Ювенална юстиция [редактиране на кода]

беседа • история • история на беседата • какво сочи насам • свързани промени • изтриване • възстановяване • защита

Срокът за подаване на гласове е изтекъл на 10 април 2019, 12h (UTC)

Предишни обсъждания: търсене

Причина за изтриване: липса на неутралност. Ket (беседа) 11:34, 27 март 2019 (UTC)

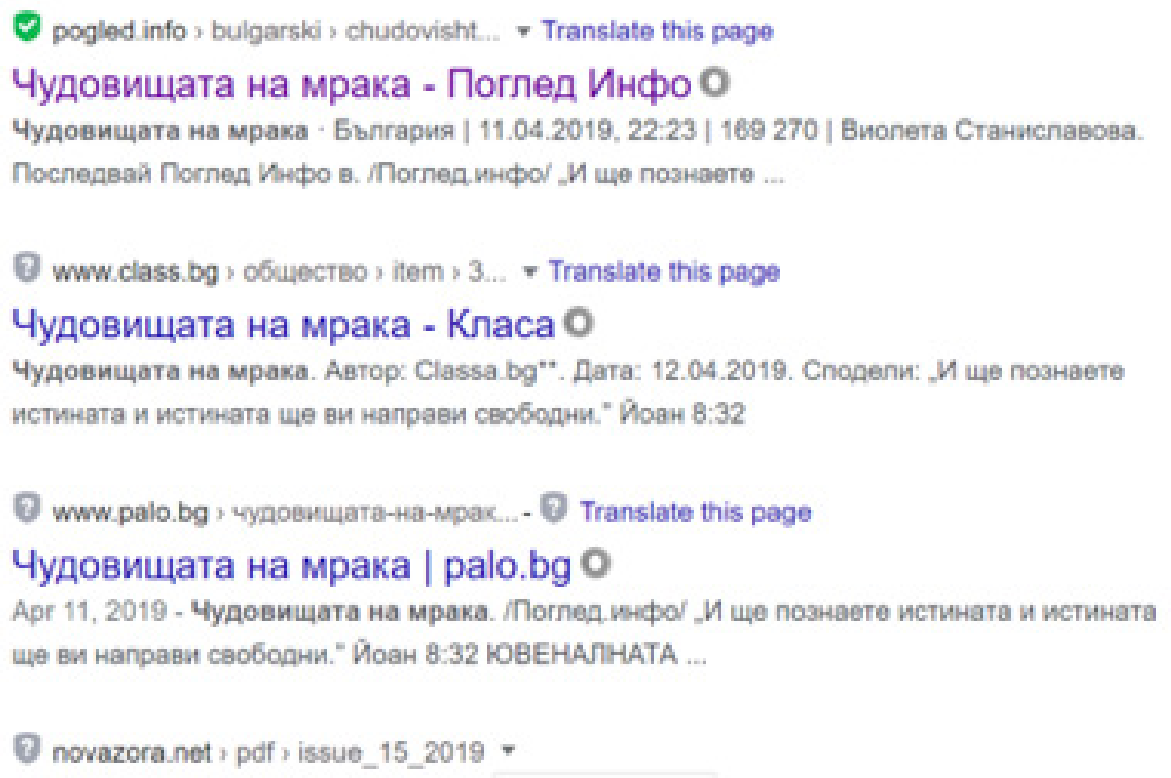
- **За изтриване**, поради посочената причина. Ket (беседа) 11:34, 27 март 2019 (UTC)
- **За**, агитационен материал. По-добре е да се пренапише, разбира се. --Спас Колев (беседа) 13:15, 29 март 2019 (UTC)

Прието с 2 гласа **За**.

Статията остава в рамките на българоезичната Уикипедия до 2019 г., когато попада в полезрението на администратор и е изтрита поради липса на неутралност. Все пак през годините фактът, че терминът е бил наличен в Уикипедия, е използван неколкократно, за да се придаде легитимност на твърденията, свързани с него. Хората, твърдящи, че подобен термин не съществува в българския език, са пренасочвани към Уикипедия. Авторите на фалшиви новини по темата са били наясно още преди години от необходимостта да придадат легитимност на твърденията си, използвайки всички налични онлайн ресурси.

Новината на практика отсъства от източници, които звучат достоверно

Един от добрите начини за проверка дали една съмнителна новина може да се окаже фалшива, е чрез търсене на заглавието или специфична част от текста ѝ в интернет търсачка. Фалшивите новини обикновено остават в рамките на кръга от сайтове, които се занимават основно с разпространение на дезинформация. Наличието на някое от заглавията в сайтове като bultimes.bg, bgr.news-front.info, pogled.info и други е сигурен знак, че най-вероятно става дума за фалшива новина, дори и да се появява и в други медии.

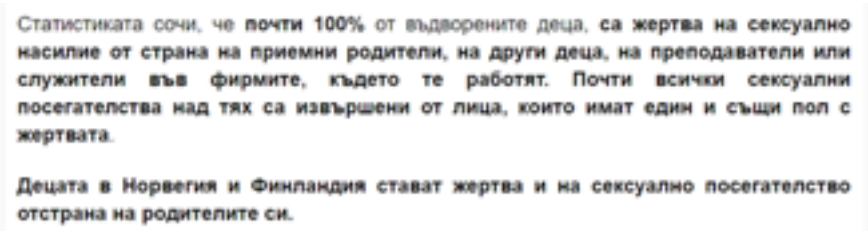


От друга страна, наличието ѝ в големи издания увеличава шанса да е минала през проверка поне в някое от тях. В големите медии се наблюдава и склонност да се избягва публикуването на информация, която звучи неправдоподобно или твърде крайно, поне до момента, в който не се появи и в други популярни източници.

Присъствието на дадена новина в големи и известни източници обаче не е гаранция за достоверност заради практиката на много от големите медии да преписват една от друга. Понякога е достатъчно само една популярна медия да се подведе и дадена лъжа да се разпространи от десетки и стотици медии, които разчитат на колегите си, че са проверили историята.

Неподкрепени цифри/данни

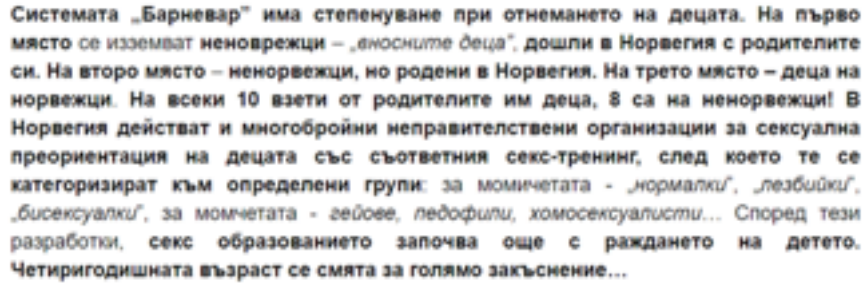
В текстове като този често става дума за чудовищните размери на извършените престъпления. Говори се за десетки хиляди отнети деца на година, за огромни педофилски организации с хиляди членове, за това как „две от всеки осем“ деца минават през сексуален тренинг и т.н. Общото правило в този случай е, че ако дадено число звучи шокиращо и то не е подкрепено с достоверен източник, то почти със сигурност не е вярно.



Статистиката сочи, че **почти 100%** от въдворените деца, **са жертва на сексуално насилие от страна на приемни родители, на други деца, на преподаватели или служители във фирмите, където те работят. Почти всички сексуални посегателства над тях са извършени от лица, които имат един и същи пол с жертвата.**

Децата в Норвегия и Финландия стават жертва и на сексуално посегателство отстрана на родителите си.

В подобни случаи публикациите разчитат на повторението – да публикуват цифри периодично и така да оставят в главата на читателите усещането, че има престъпление с чудовищни размери. Дори няма нужда да използват едни и същи числа – достатъчно е те да оставят спомен в четящия. Така при следваща публикация споменът за предходната мигновено придава достоверност и на новата.



Системата „Барневар“ има степенуване при отнемането на децата. На първо място се изземат **неноврежци** – *„вносните деца“*, **дошли в Норвегия с родителите си. На второ място – ненорвежци, но родени в Норвегия. На трето място – деца на норвежци. На всеки 10 взети от родителите им деца, 8 са на ненорвежци! В Норвегия действат и многобройни неправителствени организации за сексуална преориентация на децата със съответния секс-тренинг, след което те се категоризират към определени групи**: за момичетата - *„нормалки“*, *„лезбийки“*, *„бисексуалки“*, за момчетата - *гейове, педофили, хомосексуалисти*... Според тези разработки, **секс образованието започва още с раждането на детето. Четиригодишната възраст се смята за голямо закъснение...**

Възможността за проверка е и един от най-страшните врагове на дезинформацията. Затова и случаите, за които става дума, не идват от страни, където е лесно за всеки да провери достоверността им. Те не са от Великобритания или САЩ, а винаги са от по-малки страни и с не толкова широко разпространени езици. Всяка шокираща информация, чиято достоверност е трудна за проверяване, следва да се приема с голяма доза скептицизъм.

Пример 2

Бил Гейтс и ваксините за COVID-19

Бил Гейтс – Земното население трябва да намалее! Трябва да се сложи ваксина на 7 млрд. души!

Друг класически похват при производството и разпространението на фалшиви новини е изкривяване на фактите. Бил Гейтс от години предупреждава за възможността на планетата да се зароди и разпространи пандемия. През 2015 година във вече нашумелия видеоклип от участието на Гейтс в TEDTalk, където той разглежда тази възможност, предупреждава за възможна пандемия с невероятен брой починали. В самия TEDTalk Гейтс разглежда огнищата на ебола в Африка, но и предупреждава, че в бъдеще може да се появи вирус, който би могъл да издържи дълго време без преносител, както и да не причинява видими симптоми в преносителите си. В наши дни, докато COVID-19 се разпростираше над света, Гейтс даде 250 милиона долара за борба с вируса, включително и за опити за намиране на ваксина. Учудващо, но тези два факта се оказват в основата на една от най-разпространяваните конспиративни теории по време на пандемията от COVID-19.

Конспиративните теории по случая започват да се разпространяват през януари 2019. Тогава YouTube личност, свързана с QAnon (крайнодясна конспиративна теория), заявява, че Бил Гейтс е знаел предварително за коронавируса. Това бива ползвано за основа на статия в Infowars, където се обвързва със „Събитие 201“, теоретично обучение, осъществено с помощта на фондацията на Бил и Мелинда Гейтс и Центъра на Джон Хопкинс за здравна сигурност. В обучението се разглежда хипотетично какво би се случило, ако в света избухне пандемия от вирус, по-опасен от ебола. Според Infowars това обучение е разглеждало именно COVID-19. Впоследствие от поредната конспиративна теория фалшивата новина избухва и генерира над 1 200 000 гледания още в първите 2 месеца след януари.

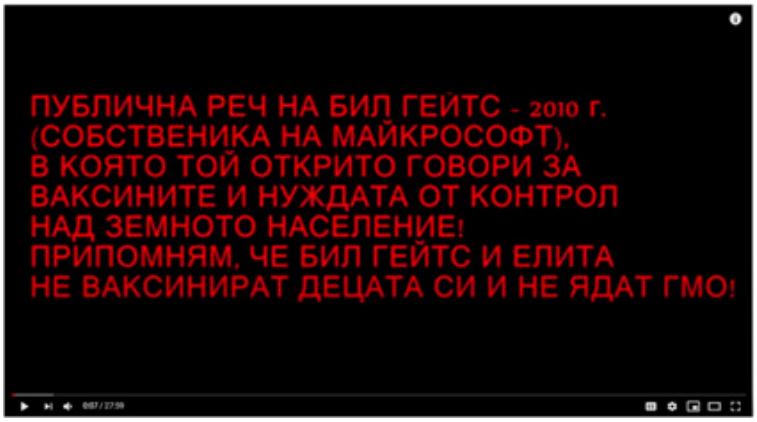
Ваксините на Бил Гейтс целят сериозно намаляване на населението на земята

Освен като видео в социалните мрежи твърдението попада и в материали на маргинални медии. Статии и клипове, като те играят ролята да накарат читателите оттук насетне да поставят под съмнение всяка информация за ваксини срещу COVID-19. Правят се изкуствени връзки между различни изказвания, за да се прокара идеята, че Гейтс иска да намали световното население чрез ваксини. Към това се добавя нов слой манипулация – че евентуална ваксина за COVID-19 би била дело на Гейтс. Това подготвя почвата за бъдещо отхвърляне на ваксината. В същото време създава директна връзка в съзнанието на читателите – в бъдеще, когато чуят името на Гейтс в съчетание с пандемията, те автоматично ще приемат, че някой се опитва да ги подведе.

Какви са сигналите, че може да става дума за фалшива новина?

Манипулация на видео

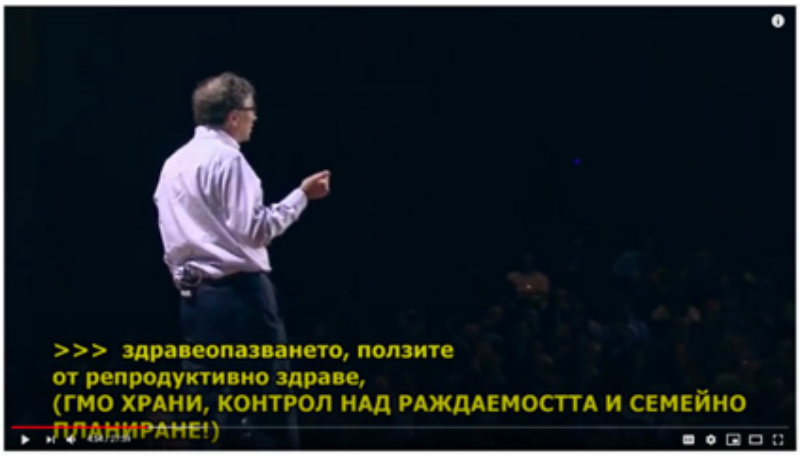
В конкретното видео Бил Гейтс всъщност разисква възможните начини за справяне с климатичните промени, и по-конкретно намаляването на CO2 емисиите. Първа стъпка е представянето на тезата на потребителя, който е качил видеото:



Добавят се субтитри, които привидно следват изказванията на Гейтс, но всъщност авторът на субтитрите прокарва собствените си идеи чрез употребата на препинателни знаци:

Така авторът на субтитрите внушава на гледащия видеото, че това всъщност са важни улики, които доказват конспирацията. Тези действия се подплатяват с добавяне на думи в субтитрите, които не са изказани от Гейтс.

По този начин авторът доказва, че е „разшифровал правилно“ посланията на Гейтс и „конспирацията срещу човечеството“ е доказана. Следва опровергаване на думите на Гейтс:



Авторът на субтитрите изкривява информацията и представя допълнителни доказателства на аудиторията за конспирация. В конкретния случай ТОКАМАК е името на реално съществуваща технология, но далеч не е вярно, че само Русия тества възможностите на технологията. Но е вярно, че към момента на заснемане на клипа има само две действащи лаборатории, тестващи възможностите на ТОКАМАК, които обаче са базирани в Обединеното кралство и в САЩ.

През останалата част от видеото субтитрите не се манипулират с цел да оставят впечатления у гледащия, че бележките са били само за да покажат „уликите", а не откровена манипулация. Тази комбинация от реални клипове и допълнително съдържание с неизвестен автор (монтаж, субтитри) се опитва да придаде легитимност на дадена теория по алтернативен начин. Тук се използват истински твърдения, които няма как да бъдат отречени. На практика легитимността на твърденията идва от самия Бил Гейтс, а авторът на клипа само насочва мисълта на зрителя в желаната посока. Подобно съдържание е особено въздействащо, защото оставя зрителя сам да достигне до заключения, вместо те да му бъдат спуснати директно от друг.

Твърденията не присъстват в мейнстрийм медиите

Новината няма как да бъде представена в достоверни източници, но тук целта е дисеминация по социалните мрежи, YouTube, форуми и т.н. Невъзможността на големите платформи чисто физически да проследят достоверността на всички качени видеоклипове позволява на подобен тип фалшиви новини да се промъкват между достоверната информация и да продължават да се разпространяват в социалните мрежи. Това важи с особена сила за YouTube, като платформата изпитва сериозни трудности да модерира огромното по обем съдържание, което се качва в платформата. Особено когато става дума за не особено популярни в световен мащаб езици, какъвто е и българският.

Отново добра индикация за характера на материала е дали подобна тема е попаднала в полезрението на някоя от големите медии в страната, или е останала единствено прерогатив на маргинални сайтове и групи в социалните мрежи. Въпреки полаганите усилия подобна информация да достигне до журналистите, подобно нещо не се е случило, извън публикации, обсъждащи конспиративните теории като любопитно или забавно явление.

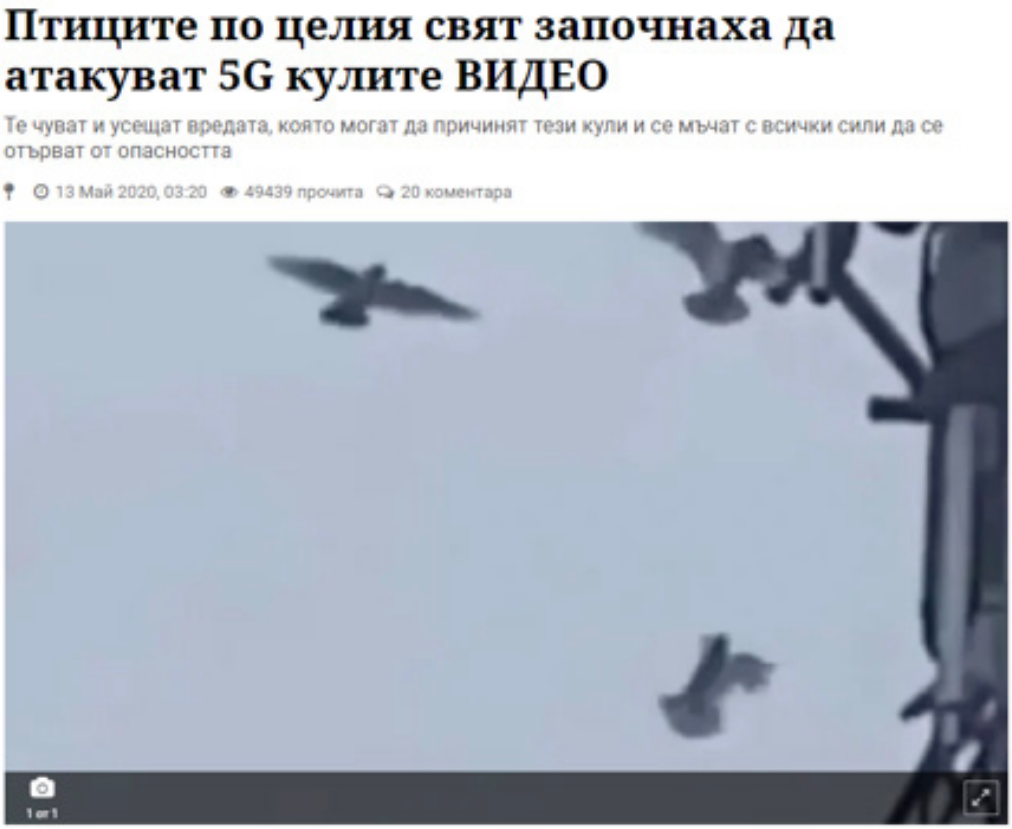
Пример 3

5G, зомбито на пандемията

Докато движението срещу 5G набира темпове от години, паниката около COVID-19 създаде идеален фронт за по-нататъшна опасна дезинформационна кампания. 5G е петото поколение мобилна безжична комуникационна технология, създадена да осигурява на мобилните потребители по-бързи скорости на изтегляне и по-надеждна свързаност. И все пак, подобно на постоянните твърдения около мобилните телефони, които повишават риска от развитие на рак на мозъка, 5G фалшивите новини се фокусират върху твърденията, че радиацията, свързана с него, може да навреди както на хората, така и на околната среда, въпреки липсата на солидни научни доказателства.

Невероятните твърдения за предполагаемите опасности за здравето на 5G предхождат COVID-19. През последните години организации, специализирани в проверка на фактите, развенчават всички предполагаеми връзки към всякакви болести – от трагични ракови заболявания в САЩ до странните масови смъртни случаи на птици в Холандия. С появата на COVID-19 се породиха и различни слухове, вирусът е китайска/американска/руска разработка, или пък че може да наподобява вирусите от филмите на ужасите и да създава зомбита. Някак неусетно 5G конспиративните теории се превърнаха точно в такова зомби и от масово избиване на птици антените изведнъж се превърнаха в основен проводник на COVID-19.

В случая се наблюдава изпитан метод при създаването и разпространението на фалшиви новини. Вече „утвърдена“ теория се поизтупва от праха и се представя като „ново разкритие“, което съвпада с настоящи събития и удобно прави връзката между две различни конспирации. В предаването на фалшивата новина, свързваща 5G и COVID-19, се използват същите похвати, които групите против ваксинирането използват успешно в последните години – подбуждайки страх за здравето и живота сред населението. Тази тактика е успешна, защото подтиква всякакъв тип хора да споделят подобен тип статии.


Птиците по целия свят започнаха да атакуват 5G кулите ВИДЕО

Те чуват и усещат вредата, която могат да причинят тези кули и се мъчат с всички сили да се отърват от опасността

13 Май 2020, 03:20 49439 прочита 20 коментара

1 от 1

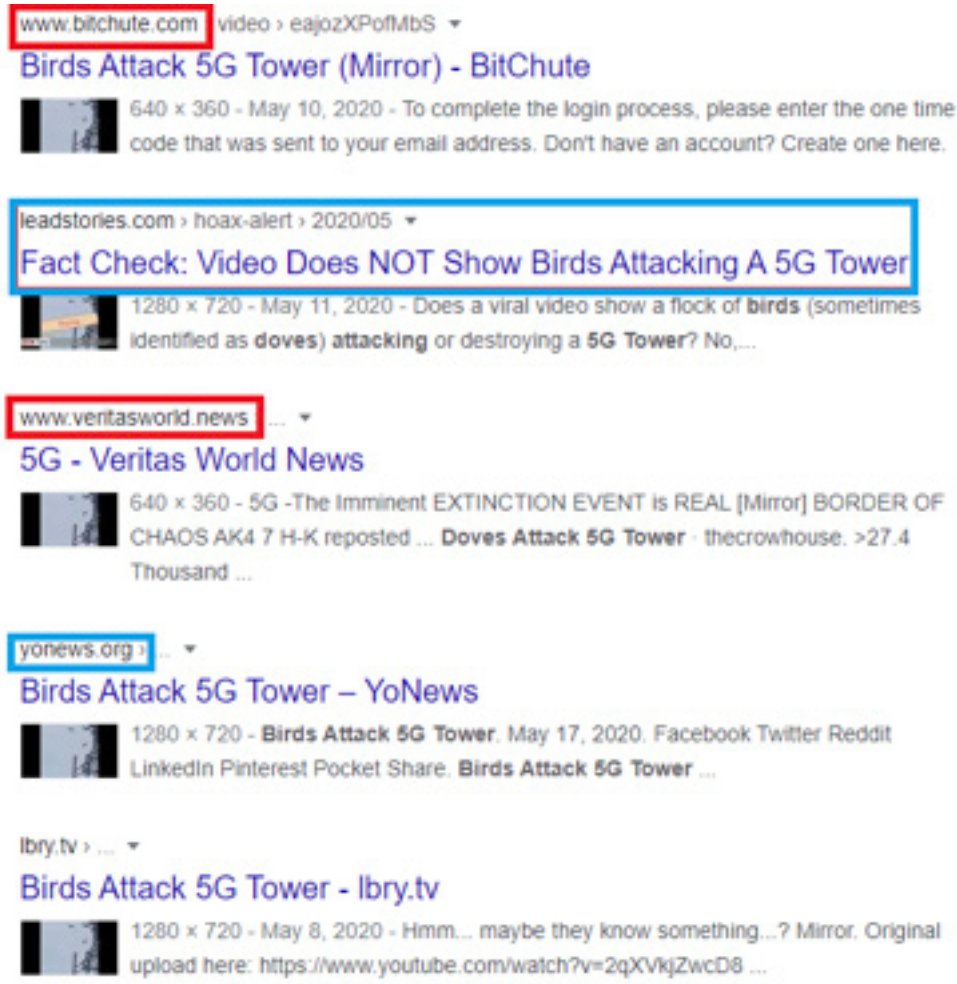
Какви са сигналите, че може да става дума за фалшива новина?

Ниска резолюция на видео/снимковия материал

В този тип статии снимковият материал никога не е с висока резолюция, а в повечето просто отсъства и е заменен с колажи, показващи страшни сцени. Ниската резолюция често има за цел да затрудни верификацията на видеото. Това не би позволило да се набави достатъчна информация за мястото и времето на заснемане, което от своя страна би позволило да се провери дали на дадената локация е имало 5G антена, или не.

Новината присъства само в маргинални източници

Един от добрите начини за проверка дали една съмнителна новина може да се окаже фалшива е чрез търсене на снимката от статията през Google image search. В повечето случаи това ще доведе до резултати от сайтове със съмнителна репутация или блогове, чието съдържание е главно конспиративни теории. Също така е хубаво при преглед на резултатите да се вгледаме дали из тях няма резултат, който да води към фактчекинг организация, която вече е обърнала внимание на случая.



Търсенето по изображение в Google би могло да послужи и като добра индикация за случаи на рециклиране (използване повторно) на стара новина. В случай че същите изображения са използвани в публикации, датирани отпреди година или повече, голяма е вероятността да става дума за опит да се прокара старо явление като ново. Този похват е изключително често срещан при изграждането на кампании срещу дадена технология (в случая 5G). Така се оказва, че едни и същи изображения и аудио-визуални материали са се появявали и в кампании срещу 3G или 4G технологиите.