მონაცემთა ჟურნალისტიკისა და ფაქტების გადამოწმების (Fact-Checking) სახელმძღვანელო

თბილისი 2017

სახელმძღვანელო გამოიცა საქართველოს რეფორმების (GRASS) პროექტის „მულტიპლოფილური ტრენინგ კურსი ახალგაზრდა ჟურნალისტებისთვის საქართველოში“ ფარგლებში. აქტივობა დაფინანსებულია UNDP-ის ტრანფორმაციული მმართველობისა და ფინანსური ხელშეწყობის პროექტის ფარგლებში, რომლის მხარდამჭერია სლოვაკეთის რესპუბლიკის ფინანსთა სამინისტრო. დოკუმენტის შინაარსი ეკუთვნის საქართველოს რეფორმების ასოციაციას (GRASS) და არ ასახავს პროექტის მხარდამჭერი ორგანიზაციების მოსაზრებებს.

The handbook was published under the project “Multi-profile Training Course for Young Journalists in Georgia”. The activity is supported by Pontis Foundation and is part of the Transformative Governance and Finance Facility, a UNDP project, supported by the Ministry of Finance of the Slovak Republic. The opinions and information it contains do not necessarily reflect the policy and position of the funding institutions.

სარჩევი

შესავალი 4

ფაქტების გადამოწმების გზამკვლევი 6

ზოგადი თეორიული მიმოხილვა 6

ფაქტების გადამოწმების ციტირების წყარო 14

პრაქტიკული რჩევები ფაქტების გადამოწმებისას 16

შეცდომების გასწორება 26

ღია მონაცემები ეკონომიკაში 28

მშპ და ეკონომიკური ზრდა 28

ინფლაცია და ვალუტის კურსი 31

საგარეო ვაჭრობა და უცხოური ინვესტიციები 34

სახელმწიფო ბიუჯეტი 36

ღია მონაცემები სოციალურ და ჯანდაცვის სფეროში 42

ბიუჯეტის სოციალური ხარჯები 42

სახელმწიფოს სოციალური და ჯანდაცვის პროგრამები 45

ჯანდაცვის სფეროში ინფლაცია 46

ჯანდაცვის დანახარჯები 46

დასაქმება და უმუშევრობა 48

სიღარიბის მაჩვენებლები 49

საქართველოს სიღარიბის მაჩვენებლები 49

მონაცემთა ვიზუალიზაცია 51

ყალბი ამბები და მათი გადამოწმება 53

ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპები 61

შესავალი

ღია მონაცემებსა და წყაროებს უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭება თანამედროვე მსოფლიოში. როგორც მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი სამართლიანად უწოდებს ღია მონაცემებს, მათ გარდამტეხი ცვლილებებისა და საზოგადოებრივი მოწყობის გარდაქმნის ძალა აქვთ[1]. ღია მონაცემები (Open Data) უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ კრიტერიუმებს:

- მონაცემების არსებობა და მათი ხელმისაწვდომობა - აუცილებელია მონაცემები სრულად იყოს ხელმისაწვდომი და მათი მიღება შესაძლებელი იყოს გონივრულ ფასად, საუკეთესო შემთხვევაში ინტერნეტიდან გადმოწერის მეშვეობით. მონაცემები უნდა არსებობდეს მოსახერხებელ ფორმატში, რომლის ცვლილებაც შესაძლებელია;

- განმეორებით მონაცემების გამოყენება და მათი ხელახალი დისტრიბუცია - მონაცემები იმ პირობებით უნდა იყოს ხელმისაწვდომი, რომლებიც საშუალებას იძლევიან მოხდეს მონაცემების ხელახალი გამოყენება და დისტრიბუცია, მათ შორის მათი სხვა მონაცემებთან შერევა;

- უნივერსალური მონაწილეობა - აუცილებელია, რომ ყველას თანაბრად ჰქონდეს მონაცემების გამოყენების, ხელახალი გამოყენებისა და დისტრიბუციის უფლება დისკრიმინაციის გარეშე[2].

ღია მონაცემების გამოყენებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ღია მმართველობის პროცესში და შესაბამისად, მთავრობის გამჭვირვალე მუშაობასა და კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლაში ერთ-ერთი ძლიერი ინსტრუმენტია. ღია მონაცემებზე მუშაობა და ფაქტებზე დაყრდნობილი ინფორმაციის გავრცელება ჟურნალისტიკის მთავარ მოთხოვნად იქცა. ნედლი მონაცემებისა თუ მათი დამუშავებული, ვიზუალიზებული, ანალოგების გამოყენება ჟურნალისტიკურ მასალაში პოპულარული და მკითხველისთვის უფრო მეტად ადვილად გასაგები ხდება.

ღია მონაცემები შესაძლებელია შეიქმნას ა) გამოკითხვების შედეგებით (მაგალითად, არჩევნების შედეგები), ბ) რეგისტრირებული მონაცემებით (მაგალითად, დემოგრაფიული მონაცემები), გ) შესყიდვებით (მაგალითად, ონლაინ მაღაზიის გაყიდვების მონაცემები). მონაცემები შეიძლება შეიქმნას მობილურის, კომპიუტერის, სატელიტებისა თუ სხვა მოწყობილობებით[3].

აღნიშნული სახელმძღვანელო მიზნად ისახავს მედიაში ღია მონაცემების გამოყენებას შეუწყოს ხელი. ფაქტ-მეტრი (www.factcheck.ge), რომელიც საქართველოს რეფორმების ასოციაციის პროექტია, თავისი საქმიანობის ფარგლებში აქტიურად იყენებს ღია მონაცემებსა

---

[1] მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი. 2016. ღია მონაცემების მნიშვნელობა https://www.weforum.org/agenda/2016/02/the-importance-of-open-data

[2] ღია მონაცემების სახელმძღვანელო http://opendatahandbook.org/guide/en/what-is-open-data/

[3] მონაცემების ჟურნალისტიკის სახელმძღვანელო http://www.odecanet.org/wp-content/uploads/2016/10/Module-1-UNDP-student.pdf

და წყაროებს. სახელმძღვანელო ფაქტ-მეტრის გამოცდილების საფუძველზე გთავაზობთ გზამკვლევს, თუ სად შეიძლება მოვიძიოთ ინფორმაცია და როგორ უნდა დავამუშავოთ ის მკითხველისთვის მარტივად აღსაქმელ ენაზე. კონკრეტულად, სახელმძღვანელო მიმოიხილავს ეკონომიკისა და სოციალურ/ჯანდაცვის საკითხებზე მუშაობისას საჭირო ღია მონაცემების მოპოვებისა და დამუშავების გზებს. გარდა ამისა, სახელმძღვანელო მიმოიხილავს ყალბი ამბების გადამოწმების მეთოდებს, ვიზუალიზაციის შექმნის მარტივ ინსტრუმენტებს და ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპებს.

Presented guideline aims to promote the use of open data in media. FactCheck (www.factcheck.ge), which is GRASS' flagship project, actively uses open data and open sources in its scope of work. With the guideline, based on FactCheck's experience, we provide instructions where to find open data and how to transform it into a reader-friendly formats. Specifically, the guideline overviews ways of obtaining and processing open data needed while working on economics and social/health care issues. Apart from this, the above-mentioned guideline analyzes methods of checking fake news, simple tools for creating data visualizations and principles of journalistic ethics.

ფაქტების გადამოწმების გზამკვლევი

ზოგადი თეორიული მიმოხილვა

ისევე როგორც ყველა სხვა სფერო, ჟურნალისტიკაც უწყვეტად ვითარდება. ინოვაციებისთვის ადგილი ამ დარგშიც მოიძებნება და როგორც წარსული გამოცდილება გვიჩვენებს, თანამედროვე ჟურნალისტიკის დღევანდელი ფორმით არსებობა სწორედ სხვადასხვა ინოვაციის დამკვიდრების და განვითარების შედეგია. მსგავს ინოვაციად შეგვიძლია არცთუ დიდი ხნის წინათ დაწყებული ჟურნალისტური აქტივობა - Fact-Checking-ი (ქართული ინტერპრეტაციით - ფაქტების გადამოწმება) ჩავთვალოთ. Fact-Checking-ის მთავარ მიზანს პოლიტიკოსების/საჯარო პერსონების განცხადებების დეტალური ანალიზი და მათში ზუსტი თუ არაზუსტი ფაქტების იდენტიფიცირება წარმოადგენს. მარტივად რომ ვთქვათ, Fact-Checking-ი პოლიტიკოსების განცხადებების სიზუსტეს სკურპულოზურად ამოწმებს და ამ გადამოწმების შედეგებს აუდიტორიას წარუდგენს.

Fact-Checking-ი, თავისი შინაარსით, საზოგადოების უფრო მეტ ინფორმირებულობას და პოლიტიკოსების ანგარიშვალდებულების ზრდას გულისხმობს. გლენ კესლერის (ჟურნალისტი, „ვაშინგტონ პოსტის“ Fact-Checking სვეტის დამფუძნებელი) თქმით (2014), Fact-Checking ორგანიზაციის ფუნქციას პოლიტიკოსების საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი განცხადებების იდენტიფიცირება, სხვადასხვა სანდო წყაროებით მათი ფაქტიური და კონტექსტუალური შემოწმება წარმოადგენს, რომელსაც შემდგომ საზოგადოებას გააცნობს. შესაბამისად, Fact-Checking-ის მთავარი მიზანი სწორედ საზოგადოების ინფორმირებაა.

გარდა საზოგადოების ინფორმირებისა, არსებობს Fact-Checking-ის სხვა ფუნქციებიც. მაგალითად, პოლიტიკოსების ანგარიშვალდებულების ზრდა. გრეივსი (2012) წერდა, რომ ფაქტების გადამოწმება ჟურნალისიტიკის ახალი მიმართულებაა, რომელმაც ციფრულ ეპოქაში ამ დარგის - როგორც „მოდარაჯე ძაღლის“ (watchdog) ფუნქცია აღადგინა. სპივაკს (2010) თავის სტატიაში ატლანტელი რედაქტორის, ჯიმ ტარპეს სიტყვები მოჰყავდა, რომლის თქმითაც: „პოლიტიკოსებს სძულთ ის [Fact-Checking], ხოლო მკითხველებს - უყვართ, რაც ძალიან კარგია“.

კონკრეტულად რას ამოწმებენ Fact-Checking ორგანიზაციები პოლიტიკოსების განცხადებებში? როგორც გრეივსი (2012) წერდა, შესამოწმებლად ძირითადად ისეთი განცხადებების გამორჩევა ხდება, რომლებიც პირველ რიგში საზოგადოებრივი ინტერესის საგანს წარმოადგენენ. ასევე, მნიშვნელოვანია კონკრეტულ პერიოდში გააქტიურებული საკითხის შესახებ შესაბამისი განცხადებების მონიტორინგი და მათი გადამოწმება. ბუნებრივია, ესეც საზოგდოებრივი ინტერესის გათვალისწინებით ხდება. Fact-Checker-ების

ინტერესის საგანს წარმოადგენს მედიაში, პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ სივრცეში აზრთა სხვადასხვაობის გამომწვევი ფაქტები. სწორედ ასეთ შემთხვევაში, მიუკერძოებელი Fact-Checking ორგანიზაციის დასკვნა უაღრესად მნიშვნელოვანია აუდიტორიისთვის, რათა მოვლენაზე საკუთარი აზრი ჩამოაყალიბოს. ასევე, გრეივსის თქმით, Fact-Checker-ების საკვლევ არეალში ხვდება საკითხები, რომლებიც გულწრფელ დაინტერესებას იწვევს მსმენელში. ხშირად არის შემთხვევები, როცა კონკრეტულ ფაქტზე ინფორმაცია მწირია. ამ დროს, განცხადების მოსმენისას ისმის კითხვა - ეს სიმართლეა? სწორედ ამ კითხვით იწყება ფაქტის გადამოწმების პროცესი. აგრეთვე, Fact-Checking ორგანიზაციების ყურადღებას პოლიტიკოსების მიერ გაცხადებული სტატისტიკური მონაცემები, ორაზროვანი ინტერპრეტაციები და სხვა კონტექსტუალური ასპექტები იწვევენ. მოკლედ რომ ვთქვათ, Fact-Checking-ი მხოლოდ ფაქტების სიზუსტის შემოწმებაზეა ორიენტირებული. მაიკლ დობსის (საგაზეთო Fact-Checking მესვეტე) თქმით (2012), მოწმდება მხოლოდ ფაქტები და არა იდეოლოგიები. მისი აზრით, ბევრი პოლიტიკური განცხადება შემოწმებას არ ექვემდებარება, რადგან ის საჯარო პერსონის პოლიტიკურ ფილოსოფიას გამოხატავს. მაგალითად, აშშ-ში რესპუბლიკური პარტიის წევრების უმეტესობას სჯერა, რომ გადასახადების შემცირება ეკონომიკას ახალისებს, დემოკრატები კი ფიქრობენ, რომ ეკონომიკაზე დადებითად სახელმწიფოს მიერ ფულის ხარჯვის წახალისება მოქმედებს. მსგავსი კამათის გადაწყვეტა Fact-Checking ორგანიზაციისთვის წარმოუდგენელია, მას მხოლოდ შესაბამისი სტატისტიკის მოწოდება შეუძლია, თუმცა ცალსახად ვერ იტყვის, რომელი მიდგომა გაამართლებს კონკრეტულ მომენტში. აგრეთვე, ცალკეული გამონაკლისების გარდა, შეუძლებელია ისეთი განცხადებების გადამოწმება, რომლებიც მომავლის პროგნოზებს შეიცავენ.

ზემო აბზაცებში ჩვენ ზოგადად მიმოვიხილეთ Fact-Checking-ის არსი და მისი მუშაობის ძირითადი პრინციპები. თუმცა, სანამ უფრო დეტალურ განხილვაზე გადავიდოდეთ, ვნახოთ, თუ რამდენად პოპულარულია ეს აქტივობა მსოფლიოს მასშტაბით, ასევე თვალი გადავავლოთ fact-checking-ის არცთუ ხანგრძლივ ისტორიას და მისი განვითარების ეტაპებს.

სტატიაში - The Fact-Checking Explosion სპივაკს (2010) ვისკონსინის Fact-Checking ორგანიზაციის დამფუძნებლის, კაისერის სიტყვები მოჰყავდა: „ეს [Fact-Checking] არის პოლიტიკის გაშუქების რევოლუციური გზა". Fact-Checking-ის პოპულარობა ძალიან სწრაფად იზრდება, რასაც სხვადასხვა ავტორის მოსაზრება და სტატისტიკური მონაცემებიც ადასტურებს. მაგალითად, დობსი (2012) წერდა, რომ „ვაშინგტონ პოსტის" Fact-Checking ბლოგს, რომელსაც გლენ კესლერი ხელმძღვანელობს, იმ დროისთვის (2012 წელი) თვეში მილიონი ვიზიტორი ჰყავდა, ხოლო თითოეულ სტატიას საშუალოდ 25-400 ათასი მკითხველი. სპივაკი 2010 წელს ასევე წერდა, რომ Fact-Checking ორგანიზაციების რიცხვი ამერიკულ მედიაში სულ უფრო იზრდებოდა. აღსანიშნავია, რომ ამერიკის შეერთებულ შტატებში ამ რიცხვის მატებას საზოგადოებისგან შესაბამისი მოთხოვნა განაპირობებს.

გრეივსს, ნაიანს და რიფლერს (2015) შუმახერ-მათოსის კვლევა მოჰყავდათ, სადაც აღნიშნულია, რომ NPR-ის გამოკითხვის შედეგად, რესპონდენტების ¾-ს სურდა, Fact-Checking ორგანიზაციების მიგნებების შესახებ ინფორმაცია ყოველდღიურად მიეღო. ამეზინი და სხვები (2015) წერდნენ, რომ 2001 წლის შემდეგ, ამერიკის შეერთებული შტატების გაზეთებში Fact-Checking ორგანიზაციების მოხსენიება 900%-ით, ხოლო სამაუწყებლო მედიაში 2 000%-ით გაიზარდა. ეს რიცხვები მართლაც შთამბეჭდავად ჟღერს, თუმცა კიდევ უფრო შთამბეჭდავია მსგავსი ორგანიზაციების მსოფლიოს მასშტაბით გავრცელება. დღეის მონაცემებით (დიუკის უნივერსიტეტისა და Fact-Checking-ის საერთაშორისო ქსელის სტატისტიკით), მსოფლიოს მასშტაბით 126 აქტიური Fact-Checking ორგანიზაციაა. შეიძლება ითქვას, რომ თითქმის ყველა დიდ დასავლურ მედიასაშუალებას საკუთარი Fact-Checking-ის განყოფილება გააჩნია. Fact-Checking-ის პოპულარობის კიდევ უფრო ზრდას ხელი შეუწყო აშშ-ის 2016 წლის არჩევნებმა, ე.წ. ყალბი ამბების მასიურად გავრცელებამ და რუსეთის პროპაგანდის მსოფლიო მასშტაბით გააქტიურებამ. საზოგადოებაში გაჩნდა დიდი მოთხოვნა დაზუსტებულ და მიუკერძოებელ ინფორმაციაზე.

2014 წლის ივნისში, ლონდონში, პირველი გლობალური Fact-Checking სამიტი მოეწყო. სამიტში მსოფლიოს 40-ზე მეტი ქვეყნის წარმომადგენელი, მათ შორის საქართველოს Fact-Checking ორგანიზაციაც მონაწილეობდა. მას შემდეგ, აღნიშნული სამიტი ყოველწლიურად იმართება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში და მასში მონაწილეთა რიცხვიც იზრდება.

მაინც საიდან იღებს სათავეს Fact-Checking-ი? მიუხედავად იმისა, რომ მისი ისტორია არცთუ ხანგრძლივია და მხოლოდ რამდენიმე ათწლეულს ითვლის, მასში მაინც მრავლად მოიპოვება საინტერესო ფაქტები და მოვლენები. დობსი (2012) წერდა, რომ Fact-Checking მედიაში 1980-იანი წლებიდან იღებს სათავეს. 1980 წელს, რონალდ რეიგანმა წინასაარჩევნო კამპანიის დროს განაცხადა, რომ ხეები ოთხჯერ მეტად აბინძურებენ გარემოს, ვიდრე ავტომობილები და ფაბრიკა-ქარხნები ერთად. ამ განცხადებამ საზოგადოებაში საპროტესტო მუხტი გამოიწვია. კალიფორნიაში სტუმრობის დროს რეიგანს დაახვედრეს ირონიული ტრანსპარანტი, რომელზეც ხე ეხატა, სურათზე დატანილი წარწერა კი შემდეგნაირად ჟღერდა: „მომჭერი, სანამ მე მოვკლავ სხვას“. ეს არ იყო პროტესტის ერთადერთი გამოვლინება რეიგანის განცხადების წინააღმდეგ, თუმცა ის ბოდიშის მოხდას არ აპირებდა, მეტიც, აღნიშნულ განცხადებას იმეორებდა კიდეც. ბუნებრივია, ამან მედია გააბრაზა და რეიგანის განცხადება გადაამოწმა, რათა მისთვის დაემტკიცებინა, რომ ის ცდებოდა.

რეიგანის პრეზიდენტად გახდომის შემდეგ „ვაშინგტონ პოსტი“ კვლავაც აგრძელებდა მისი სატელევიზიო გამოსვლების გადამოწმებას. „ვაშინგტონ პოსტის“ აღმასრულებელი რედაქტორის, ლენ დოუნის თქმით, ისინი ყურადღებით აკვირდებოდნენ რეიგანის პრეზიდენტობის პერიოდის სხვა გამოსვლებსაც და მისი არაერთი განცხადება გადაამოწმეს. ფაქტების გადამოწმების პროცესი არც რეიგანის პრეზიდენტობის შემდეგ შეწყვეტილა. 90-იან

წლებში მოწმდებოდა პრეზიდენტობის კანდიდატების დებატები და მათი წინასაარჩევნო მიმართვები.

თუმცა, შეიძლება ითქვას, რომ Fact-Checking-ის ნამდვილი აღიარება 2000-იან წლებში, კერძოდ კი ერაყის მოვლენების შემდეგ დაიწყო. დობსის (2012) თქმით, მაშინ ტრადიციულმა მედიამ ვერ შეძლო გადაემოწმებინა ბუშის ადმინისტრაციის ბრალდებები ერაყის მიერ ბირთვული იარაღის შექმნასთან დაკავშირებით (ერაყის მთავრობის მიერ ბირთვულ იარაღზე მუშაობა, მოგვიანებით, არ დადასტურდა). დობსს „ვაშინგტონ პოსტის“ ყოფილი რედაქტორის, მარტინ კაისერის სიტყვები მოჰყავდა, რომელიც ამბობდა, რომ ამერიკული მედია უბრალოდ გაიჭედა ბუშის ადმინისტრაციის მესიჯების მორევში. მისი თქმით, იმ პერიოდში საზოგადოებაში და ჟურნალისტურ წრეებში ე.წ. 9/11-ის სინდრომი მძვინვარებდა, რომელიც ისლამური სამყაროს მიმართ რევანშისტულ განწყობებს გულისხმობდა. სწორედ ამ ემოციის გამო, კაისერის აზრით, ჟურნალისტები (იშვიათი გამონაკლისების გარდა) საკუთარ მოვალეობას უბრალოდ ვერ ასრულებდნენ და „თეთრი სახლის“ ადმინისტრაციის მესიჯებს კრიტიკულად ვერ აანალიზებდნენ. „ვაშინგტონ პოსტის“ ყოფილი აღმასრულებელი რედაქტორის, დოუნის თქმით, ჟურნალისტის საქმე სიმართლის ძიება და ყველა საჯარო პერსონის ანგარიშვალდებულების მკაცრად მოთხოვნაა. დოუნის აზრით, კარგი იქნებოდა, რომ ამერიკაში, ერაყის მოვლენების პერიოდში ყოფილიყო ინსტიტუციურად ისეთი გამართული Fact-Checking სისტემა, როგორიც დღესაა. მისი თქმით, მაშინ ბევრი რამ სხვანაირად იქნებოდა. „დღეს ყველაფერი უფრო სამართლიანად არის“, - აღნიშნავდა ის (დობსი, 2012, გვ. 7). როგორც ვხედავთ, ამერიკაში Fact-Checking-ის მძაფრი მოთხოვნილება სწორედ 21-ე საუკუნის დასაწყისში გაჩნდა. სტენგელი (2015) ასევე წერდა, რომ Fact-Checking-ის გააქტიურება ახალი საუკუნის მოსვლასთან ერთად უფრო დაჩქარდა, რაშიც თავიანთი წვლილი სამმა უმთავრესმა Fact-Checking ორგანიზაციამ - FactCheck.org-მა, PolitiFact.com-მა და „ვაშინგტონ პოსტის“ Fact Checker-მა შეიტანეს. სწორედ ამ „დიდმა სამეულმა“ ითამაშა მნიშვნელოვანი როლი Fact-Checking-ის განვითარებაში. ამ ორგანიზაციების წვლილის შესახებ თავის ნაშრომში გრეივსიც (2012) საუბრობდა. მისი თქმით, ისინი Fact-Checking მოძრაობის „უდავო ლიდერები“ არიან, რომელთაგან ერთ-ერთმა მათგანმა, PolitiFact.com-მა, 2009 წელს, წინა წლის საპრეზიდენტო არჩევნების მარათონის გაშუქებისთვის, პულიტცერის პრემიაც კი მიიღო (გრეივსი, 2012, გვ. 3).

გრეივსის თქმით, 2004 წლამდე არ არსებობდნენ პროფესიონალი Fact-Checker-ები და ისინი თავიანთ ძირითად ჟურნალისტურ საქმიანობასთან ერთად აკეთებდნენ პოლიტიკურ Fact-Checking-ს. დღეისთვის ეს მდგომარეობა შეცვლილია, რაშიც თავისი წვლილი 2008 წლის საპრეზიდენტო არჩევნების გაშუქებამაც შეიტანა და Fact-Checking-ი სხვა სიმაღლეზე აიყვანა. Fact-Checking-ის ისტორიაზე საუბრისას აუცილებლად უნდა ვახსენოთ ერთი საინტერესო მოსაზრება, რომელიც ამეზინს და სხვებს (2015) ეკუთვნით. მათი აზრით, მართალია

თანამედროვე სახით არსებული Fact-Checking-ი ბოლო ათწლეულებში ჩამოყალიბდა, თუმცა მის წინაპრებად შეიძლება მე-20 საუკუნის დასაწყისის საკმაოდ აქტიური ჟურნალისტები - ე.წ. „მაკრეიკერები“ მოვიაზროთ. ამ ავტორების თქმით, ეს ჟურნალისტები „არაოფიციალური fact-checker-ები“ იყვენენ (Michelle A. Amazeen, Emily Thorson, Ashley Muddiman, Lucas Graves, 2015, გვ. 3). მაგალითად, ისინი იყვნენ პირველები, რომლებიც მედიკამენტების მწარმოებელი ფირმების საქმიანობას აქტიურად იკვლევდნენ და მათი მეპატრონეების განცხადებებს ამოწმებდნენ. სწორედ ისეთი ჟურნალისტების ძალისხმევით, როგორებიც იყვენენ სამუელ ჰოპკინს ადამსი და ეპტონ სინკლერი, შემოიღეს რეგულაციები მომხმარებელთა ინტერესების დასაცავად და ბიზნესის არაკანონიერი პრაქტიკის აღსაკვეთად.

ზემოთ მოყვანილი მოსაზრების მიუხედავად, უნდა აღინიშნოს, რომ Fact-Checking-ი მაინც ინოვაციური პროდუქტია მედიაში, რომლის პოპულარობა და თვითდამკვიდრების პროცესი ჯერ კიდევ განვითარების ფაზაშია. და მაინც, რა განასხვავებს Fact-Checking-ს ტრადიციული მედიისგან? პირველ რიგში, ეს განსხვავება, ალბათ, ისეთ მიდგომებში უნდა ვეძებოთ, როგორიცაა Fact-Checking-ის მკვეთრად გამოხატული მიზანი - გადაამოწმოს პოლიტიკოსების თუ საჯარო პერსონების განცხადებების სიზუსტე, ჩაუღრმავდეს დეტალებს და ახალი ამბების ჟურნალისტიკისგან განსხვავებით ბოლომდე გამოკვლეული ინფორმაცია მიაწოდოს საზოგადოებას.

ტრადიციული ჟურნალისტიკისგან განსხვავებით, Fact-Checker-ები საქმეში მაშინ ერთვებიან, როცა ამა თუ იმ საკითხზე პოლიტიკოსის ან სხვა საჯარო პერსონის განცხადებას ეცნობიან. ასევე, დობსი (2012) წერდა, რომ ჟურნალისტურ წრეებში ხშირად მიმდინარეობს კამათი ამა თუ იმ საკითხის მედიის მიერ გაშუქებასთან დაკავშირებით. დობსის თქმით, ამ კამათში ერთ მხარეს არიან ადამიანები, რომლებიც მიიჩნევენ, რომ კარგი ჟურნალისტის დამოუკიდებლობა და სამართლიანობა იმაში გამოიხატება, შეძლებს თუ არა ის მასალაში საკუთარი სუბიექტური დამოკიდებულებების ჩართვისგან თავის არიდებას. შესაბამისად, საზოგადოების ამ ნაწილს მიაჩნია, რომ სრული ობიექტურობის შესანარჩუნებლად ჟურნალისტმა მხოლოდ ყველა დაინტერესებული მხარის პოზიცია უნდა ასახოს და ამით შემოიფარგლოს. მოვლენების ასეთ გაშუქებას “he said, she said“ მიდგომას უწოდებენ, როცა დასკვნის გამოტანის პრეროგატივა აუდიტორიაზეა მინდობილი. საკითხების ასეთი გაშუქების დროს, რასაც უმეტესწილად თანამედროვე ახალი ამბების ჟურნალისტიკაში ვხვდებით, საზოგადოებას ყველა მხარის არგუმენტი მიეწოდება და მასზეა დამოკიდებული თუ რომელი მხარის პოზიციას მიიჩნევს სანდოდ და დამაჯერებლად. უნდა ითქვას, რომ ასეთ დროს ჟურნალისტები დიდწილად ინფორმაციის გამტარის როლს ასრულებენ. დობსის აზრით, მსგავს მიდგომას ყველაზე უკეთ „ფოქს ნიუსის“ სლოგანი ასახავდა: „ჩვენ ვაშუქებთ, თქვენ წყვეტთ“ (*შენიშვნა:* ამ შემთხვევაში დობსი აღნიშნავდა, რომ არ შედიოდა იმის განხილვაში, თუ რამდენად მუშაობს „ფოქსის“ ეს სლოგანი რეალობაში). მეორე მხრივ, დობსს მოჰყავდა “he said, she said” მიდგომის

საწინააღმდეგო სკოლის შეხედულებები, რომელთა მიხედვითაც ჟურნალისტი „სიმართლის მაძიებელია“ (truth seeker), რაც იმას გულისხმობს, რომ ის აუცილებლად სწორად და მიუკერძოებლად ასახავს ამა თუ იმ მოვლენის მონაწილე ყველა მხარის პოზიციას და მათ აუდიტორიას აცნობს, თუმცა მხოლოდ ამით არ შემოიფარგლება და ცდილობს თავის ცოდნაზე, გამოცდილებაზე დაყრდნობით და სხვადასხვა მხარის არგუმენტის დეტალური ანალიზით მკითხველს ან მაყურებელს უთხრას, თუ სად არის სიმართლე. როგორც აღვნიშნეთ, თუ მიუკერძოებელ ჟურნალისტიკაზე ვსაუბრობთ, მიუკერძოებლობა აქაც დაცულია, მაგრამ ჟურნალისტი ფაქტების ანალიზის შედეგად თავის დასკვნას აცნობს საზოგადოებას. დობსის აზრით, ეს მეცნიერულ შრომას გავს, როცა მკვლევარი ცდილობს რეალობაში არსებული მონაცემების მიუკერძოებელი ანალიზით კონკრეტულ დასკვნამდე მივიდეს. როგორც მეცნიერი, ჟურნალისტიც ვალდებულია აღწეროს რელევანტური ფაქტები თუ მოსაზრებები და თავის დასკვნებს დამაჯერებლობა შესძინოს. დობსის თქმით, ასეთი ჟურნალისტი უბრალო ტექნიკური სტენოგრაფისტი კი არ არის, არამედ ის იყენებს თავის გონებას, რათა მივიდეს დასკვნამდე, რომელიც შეიძლება კამათის საგანიც გახდეს (2012, გვ. 3). ამ კონტექსტში მნიშვნელოვანია „ვაშინგტონ პოსტის“ პოლიტიკური რეპორტიორის და მესვეტის, დევიდ ბროდერის სიტყვები, რომელსაც თავის სტატიაში სპივაკი (2010) ციტირებდა. ბროდერის თქმით, PolitiFact და სხვა Fact-Checking ორგანიზაციები პოლიტიკის გაშუქებაში არსებულ სიცარიელეს ავსებენ, რადგან წარსულში მოსახლეობას პოლიტიკოსებს შორის არჩევანის გაკეთება მხოლოდ “she said, he said” მანერით მიწოდებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით უხდებოდა და არ ჰქონდა მესამე, ობიექტური ხედვის გაცნობის შესაძლებლობა. ბროდერის თქმით, ამჟამად ეს ვითარება შეცვლილია და ჟურნალისტიკაში არსებობს ხალხი, რომლებიც ობიექტური არბიტრების როლში გვევლინებიან. ამ მოსაზრების კიდევ უფრო გასამყარებლად სპივაკს რედაქტორის, მარტინ კაისერის სიტყვებიც მოჰყავდა, რომელიც აღნიშნავდა, რომ მედიის ფუნქცია მხოლოდ ინფორმაციის შეგროვება არ არის და ის უფრო მეტს უნდა ცდილობდეს, მათ შორის არბიტრის და მოსამართლის როლსაც უნდა ასრულებდეს. კაისერის თქმით, მედიის მიერ საზოგადოებისადმი სამსახური მხოლოდ ახალი ამბების ბეჭდვას არ გულისხმობს, ის ასევე მოვალეა, აუდიტორიას არაზუსტი და შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციის იდენტიფიცირებაში დაეხმაროს.

Fact-Checking-ის ეფექტურობის დასტურია გრეივსის (2012) მიერ თავის ნაშრომში მოშველიებული სიტყვები, რომლებიც FactCheck.org-ის რედაქტორს ეკუთვნის. მისი თქმით, სიმართლის ძებნა სტანდარტული ჟურნალისტიკაა და ამას რაც შეიძლება მეტი ჟურნალისტი უნდა აკეთებდეს, თუმცა ხანდახან, ე.წ. დედლაინების გამო, მათ ამისთვის საკმარისი დრო არ აქვთ და მოვლენის “he said, she said” მიდგომით გაშუქება უწევთ, ამ დროს კი, მკითხველი თუ მაყურებელი გაურკვევლობაში რჩება, რადგან მან არ იცის, სად არის სიმართლე. ამის საილუსტრაციოდ FactCheck.org-ის რედაქტორს კონკრეტული მაგალითი მოჰყავდა. მაგალითი „ნიუ იორკ თაიმსში“ დაბეჭდილ, მისისიპის გუბერნატორის, ბარბორის სიტყვით

გამოსვლას ეხებოდა, სადაც ის მკაცრად აკრიტიკებდა ბარაკ ობამას ეკონომიკურ პოლიტიკას და არგუმენტად მოჰყავდა ის, რომ ორ წელიწადში მთავრობის ფედერალური ხარჯი 7 ტრილიონ დოლარს შეადგენდა, ამის პარალელურად კი, 7 მილიონი სამუშაო ადგილი დაიკარგა. ბარბორი ირონიულად აღნიშნავდა, რომ მოხარულია რადგან მთავრობამ 12 ტრილიონი არ დახარჯა, თორემ სამუშაო ადგილები 12 მილიონით შემცირდებოდა. ამ მაგალითის ანალიზისას FactCheck.org-ის რედაქტორი აღნიშნავდა, რომ ბარბორის განცხადების გადამოწმება ძალიან მარტივად, დასაქმების სტატისტიკის ეროვნული ბიუროს ვებგვერდზე შეიძლებოდა. იქ არსებული მონაცემები კი, აჩვენებდნენ, რომ რეალურად ბარბორის მიერ ნახსენები რიცხვი ორჯერ გადაჭარბებული იყო. მიუხედავად ამისა, აშშ-ის საუკეთესო გაზეთმა - „ნიუ იორკ თაიმსმა“ ეს განცხადება გადამოწმების გარეშე გაატარა, ხოლო FactCheck.org-მა ეს ფაქტი მალევე გადაამოწმა და აღნიშნა, რომ ბარბორის მიერ ნახსენები რიცხვი „უხეშად გადაჭარბებული“ იყო (გრეივსი, 2012, გვ. 123). აღნიშნული მაგალითი კიდევ ერთხელ აჩვენებს Fact-Checking-ის და ზოგადად „სიმართლის მაძიებელი“ ჟურნალისტიკის მნიშვნელობას. ტრადიციული მედიისა და fact-checking-ის ამ განსხვავებას PolitiFact-ის ვებგვერდზე განთავსებული სიტყვებიც ადასტურებენ, რომლებსაც ისევ გრეივსი გვთავაზობდა: „...For a typical newspaper story, we lay out the acts on each side and let readers decide how they feel. But for PolitiFact, we dig deeper, examine more sources and draw a conclusion about what's right" (გრეივსი, 2012, გვ. 252).

ტრადიციულ მედიასა და fact-checking-ს შორის ზემოთ განხილული მთავარი განსხვავების გარდა, ჟურნალისტიკის ამ ინოვაციურ მიდგომას სხვა განმასხვავებელი ნიშნებიც ახასიათებს. ერთ-ერთი ასეთი, დროის ფაქტორია. Fact-checking-ში ხშირად კვლევის ხარისხს ოპერატიულობა ეწირება და ტრადიციული ახალი ამბების მედიისგან განსხვავებით, Fact-Checking ორგანიზაციები ნაკლებად სწრაფები არიან. წინასაარჩევნო პერიოდის მაგალითზე დობსი (2012) წერდა, რომ ტრადიციული მედიის პოლიტიკური მიმომხილველები უფრო ამ პერიოდის მარათონულ, დინამიურ ასპექტზე არიან ფოკუსირებულნი, ვიდრე კანდიდატების ხედვების სიღრმისეულ კვლევაზე. ამ საკითხზე წერდა გრეივსიც (2012). მისი თქმით, Fact-Checker-ები ამაყობენ, რომ მათი სამუშაო საკითხის ყველა დეტალის სიღრმისეულ კვლევას გულისხმობს. ამით ისინი მართლაც განსხვავდებიან ტრადიციული ახალი ამბების ჟურნალისტებისგან და არ აქვთ კონკრეტული ე.წ. დედლაინები, რადგან ამა თუ იმ საკითხის საფუძვლიანად გამოკვლევა და კონკრეტულ ვერდიქტამდე მისვლა ხშირად დღეებს, ზოგჯერ კი უფრო მეტ დროსაც მოითხოვს. ამ ფაქტის დასადასტურებლად გრეივსს FactCheck.org-ის წარმომადგენლის, ბრუკს ჯეკსონის ფრაზაც მოჰყავდა, რომელიც აღნიშნავდა, რომ „თუ გინდა სწორად გააკეთო, დრო უნდა დაუთმო“ (გრეივსი, 2012, გვ. 147). Fact-Checking-ის ეს თვისება შეიძლება ერთგვარ ნაკლად ჩაითვალოს, რადგან ხშირად სტატიის გამოქვეყნების შემდეგ თემა აქტუალური აღარ არის. თუმცა, მსგავსი მიდგომა მაინც ყველა შემთხვევაში გამართლებულია, რადგან როცა პოლიტიკოსს სიცრუეში ადანაშაულებ, მაქსიმალურად

დარწმუნებული უნდა იყო, რომ ეს მართლაც ასეა და კვლევაში შეცდომა არ გაპარულა. აქვე უნდა ითქვას, რომ არის თემები, რომლებიც არ ძველდება და ისინი საზოგადოებას ყოველთვის აინტერესებს. ასეთ შემთხვევებში Fact-Checking ორგანიზაციების ოპერატიულობის პრობლემა მარტივად იჭრება. გარდა ამისა, გრეივსი (2012) სხვადასხვა მოსაზრებებზე დაყრდნობით წერდა, რომ Fact-Checking ორგანიზაციების დასკვნები, განსაკუთრებით მაშინ, თუ პოლიტიკოსების განცხადებები ფასდება როგორც მცდარი, ხშირად თავიდან აცოცხლებს დისკუსიებს. შესაბამისად, უნდა აღვნიშნოთ, რომ Fact-Checking ორგანიზაციების დილემაში - ოპერატიულობა თუ ხარისხი, სწორედ ეს უკანასკნელი იმარჯვებს.

კიდევ ერთი თვისება, რაც Fact-Checking-ს ტრადიციული მედიისგან გამოარჩევს, ვერდიქტებია. როგორც აღვნიშნეთ, მსგავსი ორგანიზაციების უმრავლესობა პოლიტიკოსების განცხადებებს ვერდიქტებით აფასებს. მაგალითად, „ვაშინგტონ პოსტის“ Fact Checker, რომელიც არაზუსტ განცხადებებს პინოქიოებით „აჯილდოვებს“. რაც მეტად არაზუსტია განცხადება, მით მეტ პინოქიოს იღებს პოლიტიკოსი. ბუნებრივია, მსგავსი მიდგომა უჩვეულოა ტრადიციული მედიასაშუალებებისთვის და ასეთ ვერდიქტებს მათთან ვერ ვიხილავთ. აღსანიშნავია, რომ ამ ვერდიქტებმა შესაძლოა უფრი მეტი გავლენა მოახდინონ საზოგადოების მიერ პოლიტიკოსის შეფასებაზე, ან თავად პოლიტიკოსებზე, რადგან ისინი ძალიან პირდაპირი და ძლიერი იარაღები არიან Fact-Checker-ის ხელში.

მნიშვნელოვანია Fact-Checking-ის კიდევ ერთი განმასხვავებელი ნიშანიც. როგორც აღვნიშნეთ, რთულია ამა თუ იმ პოლიტიკოსის სიცრუეში დადანაშაულება, თუ ამაში მაქსიმალურად დარწმუნებული არ ხარ. ასევე აღვნიშნეთ, რომ ობიექტური Fact-Checking ორგანიზაციები სწორედ ამ ფაქტორის გამო კვლევას დიდ დროს უთმობენ. თუმცა, იმის გათვალისწინებით, რომ ადამიანები შეცდომებს ყოველთვის უშვებენ, ზოგიერთ შემთხვევაში ხდება ისე, რომ Fact-Checker-ებიც ცდებიან და პოლიტიკოსების განცხადებებს არასწორად აფასებენ. მსგავსი შემთხვევების საპრევენციოდ, არაერთ ორგანიზაციას, მათ შორის საქართველოში მოქმედ FactCheck.ge-ს შემდეგი პოლიტიკა აქვთ: მკითხველის ან თავად პოლიტიკოსის მიერ კვლევაში შეცდომის აღმოჩენისას (თუ ეს შეცდომა არგუმენტებით დასტურდება), ეს ორგანიზაციები იღებენ პასუხისმგებლობას, რომ კვლევას თავიდან ჩაატარებენ და პოლიტიკოსის განცხადების ვერდიქტსაც შესაბამისად შეცვლიან. უნდა აღვნიშნოთ, რომ ტრადიციულ მედიაში მსგავსი პრაქტიკა (შეცდომის აღიარება) ასევე დამკვიდრებულია, თუმცა, ვარაუდის დონეზე უნდა ითქვას, რომ ეს ნაკლებად ხშირად ხდება, რადგან მათი ზოგიერთი შეცდომა ზოგჯერ ყურადღების მიღმა რჩება. მათგან განსხვავებით, Fact-Checking ორგანიზაციები ამ მხრივ უფრო მეტი დაკვირვების ობიექტები არიან.

Fact-Checking-ს ტრადიციული ახალი ამბების მედიისგან წერის სტილიც განასხვავებს. ამ კუთხით საინტერესოა PolitiFact-ის დამფუძნებლის ბილ ადაიარის სიტყვები, რომლებიც თავის სტატიაში სპივაკს (2010) მოჰყავდა. ადაიარის თქმით, მედიაში დამკვიდრებული ე.წ. ამობრუნებული პირამიდის სტრუქტურის ნაცვლად, PolitiFact-ის სტატიები პირამიდის მოდელის გამოყენებით იწერება, რაც იმას ნიშნავს, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტი და ანალიზის შედეგად გამოტანილი ვერდიქტი მასალის ბოლოს გვხვდება. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს მოდელი კიდევ ერთხელ აჩვენებს Fact-Checking-ის მსგავსებას მეცნიერის მიერ სიმართლის ძებნასთან, რადგან ის სამეცნიერო სტატიის სტრუქტურას წააგავს.

Fact-checking ციტირების წყარო - როგორც მიუკერძოებელი არბიტრი

პოპულარობის და გავლენის მოპოვება არცთუ იოლი საქმეა და მას კონკრეტული ხელისშემწყობი პირობები სჭირდება. კესლერი (2014) წერდა, რომ ამერიკაში და გლობალური მასშტაბითაც, fact-checking ორგანიზაციების კვლევების გავრცელების გზას პირველ რიგში სოციალური მედია წარმოადგენს. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს მართლაც ასეა, თუმცა ამერიკის შეერთებულ შტატებში Fact-Checking ორგანიზაციების გავლენა მხოლოდ სოციალური მედიით არ შემოიფარგლება და ის ტრადიციულ მედიაშიც იკავებს თავის ადგილს. გრეივსი (2012) Fact-Checking-ის და ტრადიციული მედიის დამოკიდებულების საინტერესო ვერსიას გვთავაზობდა. მისი თქმით, Fact-Checking ორგანიზაციები თავდაპირველად შესამოწმებელ განცხადებებს სწორედ ტრადიციული ახალი ამბების მედიიდან იღებენ, შემდეგ ახალი ამბების მედიის სუსტ წერტილებს [აქ შეგვიძლია ნაკლებად დეტალური ანალიზი ვიგულისხმოთ] ავსებენ და თავიანთი დასკვნებით, გარდა სოციალური მედიისა, ტრადიციულ მედიაშიც გვევლინებიან. გრეივსი, ნაიანი და რიფლერი (2015) წერდნენ, რომ 2000-იანი წლების დასაწყისიდან ამერიკული ტრადიციული მედია სულ უფრო დიდი დოზით იყენებდა Fact-Checking-ს როგორც ციტირების წყაროს. ამასვე აღნიშნავდნენ ნაიანი და რიფლერი (2015), მათი თქმით, Fact-Checker-ების მიგნებები ძალიან ხშირად ტრადიციული მედიის მიერაა ციტირებული. ამ ფაქტებიდან გამომდინარე ნათელია, თუ რატომ ხდება Fact-Checking-ი სულ უფრო პოპულარული და გავლენიანი ჟურნალისტური საქმიანობა.

მაინც რა ინტერესი აქვს მედიას როცა Fact-Checker-ების კონკრეტულ დასკვნებს ციტირებს? ბუნებრიავია, ისევ და ისევ საზოგადოების ინფორმირება. თუმცა, აქ ჩნდება ერთი დილემა - რამდენად სანდონი არიან თავად ეს Fact-Checking ორგანიზაციები რომ მათი ციტირება ღირდეს? ეს ნამდვილად მნიშვნელოვანი კითხვაა, რომელსაც მივყავართ პასუხამდე, რომ თუ Fact-Checking ორგანიზაციის ფუნქცია მიუკერძოებელი არბიტორობაა, ის აუცილებლად დამოუკიდებელი უნდა იყოს. უნდა ითქვას, რომ ამერიკის შეერთებული შტატების

ძირითადი Fact-Checking ორგანიზაციები ამ მოთხოვნას აკმაყოფილებენ, რადგან რთულია მოიძიო შეფასებები, რომლებიც მათ არაობიექტურობაში ადანაშაულებენ. ასეთ შემთხვევაში ისინი ვერც ტრადიციული მედიის ციტირების წყაროები გახდებოდნენ, რადგან ვინ თუ არა მედიის წარმომადგენლებმა იციან, თუ რამდენად ობიექტური და დამოუკიდებელია ესა თუ ის მედიასაშუალება. გარდა ამისა, როცა ფაქტებზე ვსაუბრობთ, მათი გაყალბება ან მიკერძოებული ინტერპრეტაციით წარმოჩენა უმეტეს შემთხვევაში ძალიან თვალშისაცემია. ბუნებრივია, არსებობენ ე.წ. პარტიზანული Fact-Checking ორგანიზაციები, რომლებიც კონკრეტული პოზიციის ღია მხარდამჭერები არიან, თუმცა, როგორც გრეივსი (2012) წერდა, მსგავსი ორგანიზაციების არსებობის მიუხედავად, Fact-Checking-ით დაკავებული მედიასაშუალებების დიდი უმრავლესობა მაინც პროფესიული მედია სტანდარტების გათვალისწინებით, ობიექტური არბიტრის ამპლუაში მოქმედებს. ასევე აღსანიშნავია, რომ ამა თუ იმ Fact-Checking ორგანიზაციის სანდოობას და მიუკერძოებლობას ადასტურებს Fact-Checker-თა საერთაშორისო ქსელის (IFCN) ეთიკის კოდექსის ხელმომწერთა სიაში ყოფნა. აღნიშნულ სიაში მოსახვედრად თითოეულმა Fact-Checking ორგანიზაციამ სპეციალური შემოწმების ძალიან მკაცრი პროცესი უნდა გაიაროს. ორგანიზაციები, დამოუკიდებელი შემფასებლების მიერ, სხვადასხვა კრიტერიუმების მიხედვით (ფინანსური გამჭვირვალობა, სარედაქციო პოლიტიკა, წყაროების გამჭვირვალობა და ა.შ.) ფასდებიან და, ბუნებრივია, აღნიშნულ სიაში მხოლოდ დამოუკიდებელი და ობიექტური Fact-Checking ვებგვერდები ხვდებიან. აქვე აღსანიშნავია, რომ 2017 წლის მარტიდან Fact-Checker-თა ეთიკის კოდექსის ხელმომწერია Fact-Check საქართველოც (www.factcheck.ge).

ობიექტურობისა და დამოუკიდებლობის მიღწევისთვის ბევრი წინაპირობაა საჭირო. პირველ რიგში, ეს ფინანსებია, რომელიც ასევე დამოუკიდებელი წყაროდან, გამჭვირვალედ მიღებული უნდა იყოს. კესლერი (2014) წერდა, რომ მსოფლიო Fact-Checking ორგანიზაციების ნახევარი ტრადიციულ მედია-ორგანიზაციებთან ერთად ფუნქციონირებდა, 34% დონორი ორგანიზაციების დაფინანსებით, 7.5% უნივერსიტეტების ბაზაზე, ხოლო ასევე 7.5% სხვადასხვა საზოგადოებრივი გაერთიანებების დახმარებით.

Fact-Checking ორგანიზაციების გამჭვირვალობის გამომხატველი კიდევ ერთი თვისება კვლევაში გამოყენებული წყაროების ღიად მითითებაა. გრეივსი (2012) წერდა, რომ PolitiFact და FactCheck.org ყველა სტატიას გამოყენებული წყაროების ბიბლიოგრაფიას ურთავენ. „ვაშინგტონ პოსტის“ Fact-Checker კი, ბიბლიოგრაფიას ცალკე არ გამოყოფს, თუმცა სტატიის ტექსტში შესაბამისი ბმულების სახით ათავსებს. ამ ფაქტობრივ ინფორმაციას აუცილებლად უნდა დავამატოთ მოსაზრება, რომ Fact-Checking-ი ამ მხრივაც ჰგავს სამეცნიერო კვლევას, იყენებს რა მეცნიერული ტექსტის მსგავს ბიბლიოგრაფიას.

პრაქტიკული რჩევები ფაქტების გადამოწმებისთვის (Fact-Checking)

შენიშვნა: *გზამკვლევი აგებულია American Press Institute-ის სახელმძღვანელოს Guidelines and Instructions for Producing Fact Checks: A newsroom model მიხედვით*

სანამ უშუალოდ რჩევებზე გადავიდოდეთ, მინდა ყველა ჟურნალისტს მოვუწოდო, გახადოს Fact-checking მისი საქმიანობის ყოველდღიურ ნაწილად. დამერწმუნეთ, ფაქტების გადამოწმების პროცესს თან ახლავს უდიდესი სიამოვნება, არაერთი ახალი, დაუჯერებელი აღმოჩენა და ძალიან დიდი მოცულობის ფაქტობრივი ცოდნა.

სამი მთავარი კომპონენტი Fact-Checking-ში, რომელიც ყოველთვის უნდა გახსოვდეთ:

1. **სიმართლის ძებნა - Fact-Checking-ის უპირველესი მიზანია, მკითხველს აჩვენოს, სად არის სიმართლე;**
2. **წყაროების გამჭვირვალობა - სტატიაში გამოყენებული ყველა წყაროს მითითება;**
3. **გადამოწმება - ეჭვის თვალით შეხედეთ ყველაფერს, განსაკუთრებით კი თქვენივე სტატიას, დასვით კითხვები მისი ყოველი აბზაცის შესახებ.**

ნაბიჯი 1: გადასამოწმებელი განცხადებების მოპოვება

ძალიან მნიშვნელოვანია, შეეჩვიოთ ნებისმიერი გაცნხადებისა და მასში დასახელებული ფაქტის „Fact-Checker-ის ყურით“ მოსმენას. ანუ, ნებისმიერ ინფორმაციაში ფაქტის ძებნას და მოსაზრებისგან მის გამიჯვნას. იცოდეთ, რომ თქვენი ინტერესის სფეროში შეიძლება მოექცეს ნებისმიერი ფაქტი, რაც ბუნებაში რეალურად მოხდა ან შეიძლებოდა მომხდარიყო. ასევე, განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილეთ სტატისტიკურ ინფორმაციაზე.

სად უნდა იპოვოთ გადასამოწმებელი ფაქტები?

1. უპირველეს ყოვლისა, დაინტერესებული უნდა იყოთ ქვეყანაში მიმდინარე ამბებით და ყოველდღიურად ეცნობოდეთ სხვადასხვა საინფორმაციო წყაროს;
2. შეუძლებელია ყველაფრის წაკითხვა და მოსმენა, თუმცა, ეცადეთ შეარჩიოთ რამდენიმე სანდო და აქტიური ბეჭდური ან ონლაინ გამოცემა, სატელევიზიო არხი, რადიო სადგური და ყოველდღიურ რეჟიმში მიადევნეთ თვალ-ყური;
3. უყურეთ პარლამენტისა თუ მთავრობის, ასევე პოლიტიკოსთა მნიშვნელოვანი გამოსვლების ტრანსლაციებს (მაგ. პარლამენტის სხდომების ნახვა შესაძლებელია საზოგადოებრივი მაუწყებლის მე-2 არხზე);

4. უყურეთ/მოუსმინეთ სატელევიზიო ან რადიო დებატებს, სწორედ დებატებში იშველიებენ პოლიტიკოსები არაერთ ფაქტს, რაც Fact-Checker-ისთვის გადასამოწმებელი ფაქტების იდეალურ საბადოს ქმნის;
5. დაესწარით ადგილობრივი თუ ცენტრალური საკანონმდებლო ორგანოების სხდომებს, პოლიტიკოსების ბრიფინგებსა და პრესკონფერენციებს;
6. შესაძლებლობის შემთხვევაში გამოიყენეთ სპეციალური საძიებო სისტემა, რომელიც საშუალებას გაძლევთ მოძებნოთ დღის განმავლობაში ყველა მედიასაშუალებაში გასული მნიშვნელოვანი ახალი ამბები. ასევე, მოიპოვოთ ამა თუ იმ პოლიტიკოსის განცხადებები. საქართველოში მსგავს სერვისს კომპანია „IPM კვლევები" გვთავაზობს, რომელსაც აქვს სპეციალური მონიტორინგის სისტემა: www.mediamonitoring.ge/mms. აღნიშნული პლატფორმა ყველასთვის თავისუფლად ხელმისაწვდომი არ არის, რადგან ეს მომსახურება ფასიანია. თუმცა, ხარჯების დაზოგვის მიზნით, შეგიძლიათ აღნიშნული მომსახურება რამდენიმე ჟურნალისტთან ერთად შეიძინოთ;
7. ყურადღება მიაქციეთ პოლიტიკოსების/პარტიების სარეკლამო კლიპებს;
8. გადაამოწმეთ კონკრეტული პარტიისა თუ პოლიტიკოსის ვებგვერდები და სოციალური ქსელების ანგარიშები;
9. გადასამოწმებელი ფაქტები აუცილებლად შეგხვდებათ პარტიებისა თუ პოლიტიკოსების საარჩევნო პროგრამებსა და ფლაერებში.

ნაბიჯი 2: გადასამოწმებელი თემების შერჩევა

ძალიან მნიშვნელოვანია იცოდეთ, რა თემების შესახებ გსურთ მუშაობა. ზოგადად, Fact-Checker-ის საქმე ყველა თემის მეტ-ნაკლებად ცოდნას (ან კონკრეტული შემთხვევიდან გამომდინარე ახალი ცოდნის დაგროვებას) გულისხმობს. თუმცა, თუკი რომელიმე თემა/თემები თქვენთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი და საინტერესოა, სჯობს, მათ უფრო მეტი დრო დაუთმოთ. მაგ. ეს შეიძლება იყოს სოციალური საკითხები, ჯანდაცვა, განათლება, ეკონომიკა და ა.შ. ასევე, მნიშვნელოვანია იცოდეთ, როგორ დააპრიორიტეტოთ გადასამოწმებელი განცხადებები, რადგან ყველაფრის შემოწმება შეუძლებელია. ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე ინდიკატორი, რის საფუძველზეც გადასამოწმებელი განცხადებების შერჩევა შეგიძლიათ (ბუნებრივია, ერთი განცხადება ყველა ამ ინდიკატორს ვერ დააკმაყოფილებს, თუმცა კარგი იქნება, თუ უმეტესობას მაინც მოერგება):

1. თემების შერჩევისას უპირველეს ყოვლისა უნდა დასვათ კითხვა - გადამოწმებადია თუ არა ეს კონკრეტული განცხადება? არ მოწმდება იდეოლოგიები, (უმეტეს შემთხვევაში) არ მოწმდება სამომავლო პროგნოზები და ისეთი საკითხები, რისი შემოწმებაც თქვენი, როგორც ჟურნალისტის შესაძლებლობებს აღემატება (მაგ. საიდუმლო ინფორმაცია და ა.შ.);

2. საზოგადოებრივი ინტერესი - მნიშვნელოვანია განსაზღვროთ, რამდენად საინტერესოა კონკრეტული საკითხი საზოგადოებისთვის, ღირს მასზე თქვენი დროისა და რესურსის ხარჯვა?
3. წინააღმდეგობრივი საკითხები - ყოველთვის საინტერესო და საჭიროა ისეთი განცხადებების გადამოწმება, რომლებმაც საზოგადოებაში აზრთა სხვადასხვაობა გამოიწვიეს და მათ შესახებ არ არსებობს ცალსახა დასკვნა;
4. მნიშვნელოვანია ისეთი საკითხების გადამოწმება, რომლებიც საზოგადოებაში აჩენს ბუნებრივ კითხვას - „ნეტავ ეს მართლაც ასეა“? ეს განსაკუთრებით მაშინაა თვალშისაცემი, როცა სრულიად ახალი, აქამდე უცნობი ფაქტი საჯარო ხდება;
5. ყოველთვის მომგებიანია ისეთი განცხადებების გადამოწმება, რომლებზეც აქტიურად საუბრობენ სოციალურ ქსელებში (Facebook, Twitter და ა.შ.);
6. ასევე, არსებობს საკითხები, რომლებიც აუდიტორიის ყურადღებას სულ იქცევენ. საქართველოს შემთხვევაში, ამ ეტაპზე, ასეთი საკითხებია: სამუშაო ადგილები, სოციალური დახმარებები, ბიუროკრატთა პრემია-დანამატები და ა.შ. ასეთ საკითხებზე ყურადღების გამახვილებით, მკითხველთა დიდ რაოდენობას მოიზიდავთ;
7. მნიშვნელოვანია, თუ ვის განცხადებას ვამოწმებთ - არიან ცნობადი და ნაკლებად ცნობადი პოლიტიკოსები. ამიტომ, თუკი საქმე ასარჩევადაა, უმჯობესია პოპულარული პოლიტიკოსის შემოწმება, რადგან მისი ცნობადობა მაღალია და მის სიტყვას საზოგადოებისთვის მეტი ფასი გააჩნია. ამ კუთხით პოლიტიკოსების რანჟირება პირადი ჟურნალისტური გამოცდილების ან საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვების შედეგებზე დაყრდნობით უნდა გააკეთოთ;
8. ყურადღება მიაქციეთ ისეთ განცხადებებს, სადაც გაჟღერებულია სტატისტიკური მონაცემები. მათი გადამოწმება ყოველთვის მნიშვნელოვანი და საინტერესოა;
9. დაიცავით ბალანსი - მართალია, Fact-Checking ორგანიზაციები გადასამოწმებელ განცხადებებს ძირითადად მათში მოყვანილი ფაქტების გამო ირჩევენ, თუმცა ხშირად შეიძლება ისე მოხდეს, რომ ერთი პარტიის/პოლიტიკოსის უამრავი განცხადება შეგხვდეთ, ხოლო სხვა პარტიის/პოლიტიკოსის - არცერთი. ბუნებრივია, ამაში თქვენი ბრალეულობა არ არის, თუმცა, მაინც ეცადეთ, თანაბრად დაფაროთ ყველა მნიშვნელოვანი პოლიტიკოსი/პარტია და მეტ-ნაკლებად თანაბარი რაოდენობის სტატიები მიუძღვნათ მათ განცხადებებს. ასეთი მიდგომა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია წინასაარჩევნო პერიოდში;
10. და ბოლოს, სანამ კონკრეტულ გადასამოწმებელ განცხადებას შეარჩევდეთ და წერას დაიწყებდეთ, ზუსტად განსაზღვრეთ, თუ რას ამოწმებთ. მაგ. *პოლიტიკოსის განცხადება: „თბილისის მერიაში საწვავის ხარჯი 8-ჯერ გაიზარდა, რბილის ავეჯის ხარჯი 2-ჯერ. ასევე, გაზრდილია ბიუროკრატიის ხელფასები და პრემიები. ეს არის*

გაფლანგული ფული“. ეს განცხადება რამდენიმე კომპონენტისგან შედგება და რომ არ აგერიოთ, კარგად უნდა გამიჯნოთ ერთმანეთისგან თუ რას ამოწმებთ - ამოწმებთ სამივეს ერთად და აქვეყნებთ ერთ სტატიას თუ წერთ სამ სხვადასხვა სტატიას? ასევე, უნდა დასვათ კითხვა: შეგიძლიათ თუ არა ბოლო ფრაზის - „ეს არის გაფლანგული ფული“ - გადამოწმება? თუ ამას პოლიტიკოსის პირად შეფასებად ჩათვლით? ამდენად, სტატიაზე მუშაობა მხოლოდ მას შემდეგ უნდა დაიწყოთ, როცა ზუსტად გეცოდინებათ, თუ სად ეძებთ სიმართლეს.

ნაბიჯი 3: ფაქტის გადამოწმება/Fact-Checking სტატიის მომზადება

როცა გადასამოწმებელი საკითხი შერჩეულია, იწყება ახალი, საკმაოდ რთული ეტაპი - ფაქტის გადამოწმება, ანუ Fact-Checking სტატიის მომზადება.

1. განცხადების დაზუსტება - ხშირად გაუგებარია, თუ რა იგულისხმა პოლიტიკოსმა ცალკეულ განცხადებაში, ან შესაძლოა მოიყვანა ისეთი ფაქტი, რის წყაროსაც ვერ პოულობთ. ამიტომაც, ძალიან მნიშვნელოვანია დაუკავშირდეთ თავად განცხადების ავტორს და მის მიერ გაჟღერებული ფაქტობრივი ინფორმაცია დააზუსტებინოთ. ეს დაგეხმარებათ, რათა თავიდან აიცილოთ კვლევის არასწორი გზით წარმართვა (როცა განმცხადებელი სხვას გულისხმობდა, თქვენ კი სულ სხვა საკითხზე აკეთებთ აქცენტს). ასევე, ზოგიერთი Fact-Checking ორგანიზაცია, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ პოლიტიკოსის განცხადებაში ყველაფერი ნათელია, მაინც უკავშირდება (ძირითადად ელ. ფოსტით) განცხადების ავტორს, აცნობებს მას, რომ მისი განცხადება გადამოწმების პროცესშია და აძლევს საშუალებას, განავრცოს ინფორმაცია, იმ შემთხვევისთვის, თუკი პოლიტიკოსს რაიმეს თქმა კიდევ სურდა და საჯარო გამოსვლისას გამორჩა. ეს მიღებული და ეფექტური პრაქტიკაა პოლიტიკოსების ანგარიშვალდებულების გასაზრდელად, თუმცა, ამავე დროს, მსგავსი დაზუსტებისას პოლიტიკოსი შესაძლოა თავდაპირველი ნათქვამის შელამაზებას ეცადოს. მაგ. თუ ხვდება, რომ ფაქტი შეცდომით დაასახელა, დაზუსტებისას შეიძლება განგიცხადოთ, რომ მან სხვა რამ იგულისხმა (მისთვის უფრო ხელსაყრელი ფაქტი). ამ დროს ძალიან რთულია გადაწყვიტო, თუ რომელი განცხადების გადამოწმებას მიანიჭო პრიორიტეტი - იმას, რაც პირველად ითქვა, თუ იმას, რაც დაზუსტებისას ითქვა. მართალია, ყოველი კონკრეტული შემთხვევა ინდივიდუალურია, თუმცა Fact-Checker-ი მაინც იმ განცხადების გადამოწმებას უნდა ეცადოს, რაც საჯაროდ ითქვა, ელემენტარული მიზეზის გამო - ეს განცხადება ფართო აუდიტორიამ მოისმინა, ხოლო დაზუსტება მხოლოდ Fact-Checker-მა. შესაბამისად, რეკომენდირებულია, რომ გადამოწმდეს თავდაპირველი განცხადება და მასზე დაყრდნობით შეფასდეს პოლიტიკოსი. თუმცა, პოლიტიკოსის ახსნა-განმარტება, დამატებითი ინფორმაციის სახით, სტატიაში მაინც უნდა გვხვდებოდეს;

2. გადამოწმების შემდეგი ეტაპი მეორადი წყაროებით ინფორმაციის ძებნაა. Fact-Checker-ი იყენებს ყველა ხელმისაწვდომ საშუალებას, რაც მას განცხადების გადამოწმებაში დაეხმარება: 1. Google Search, ენციკლოპედიები, სპეციალური ლიტერატურა, სხვადასხვა ორგანიზაციის თუ სახელმწიფო უწყების ანგარიშები/განცხადებები და ა.შ. 2. ე.წ. Deep Web - ანუ, წყაროები, რომლებიც მხოლოდ Google Search-ით ხელმისაწვდომი არ არის. აქ იგულისხმება სხვადასხვა სახელმწიფო თუ კერძო ორგანიზაციის ფასიანი ან უფასო მონაცემთა ბაზები. მაგ. მედიამონიტორინგის ბაზა (www.mediamonitoring.ge/mms), საქართველოს საკანონმდებლო მაცნეს არქივი (www.matsne.gov.ge), ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემთა ბაზა (www.gnat.ge), სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს პორტალი (www.procurement.gov.ge), საქართველოს სტატისტიკის სამსახური (www.geostat.ge), ფინანსთა სამინისტროს პორტალი (www.mof.ge), საქართველოს ეროვნული ბანკის ვებგვერდი (www.nbg.ge), საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოს პორტალი (www.napr.web.reestri.gov.ge), არასამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციების ვებგვერდები და მონაცემთა ბაზები, მაგ. www.idfi.ge, www.factcheck.ge/database, www.data.worldbank.org და ა.შ. (*შენიშვნა: ზემოხსენებული ორგანიზაციების ვებგვერდების გამოყენების ძირითადი ინსტრუქციები იხილეთ GRASS-ის სხვა გზამკვლევებში).* აუცილებელია, კარგად გქონდეთ შესწავლილი თქვენთვის საინტერესო ვებგვერდები და მათი ბაზები;
3. ამა თუ იმ საკითხში გასარკვევად აუცილებელია ინტერვიუები/კონსულტაციები შესაბამის ექსპერტებთან - ისინი შეიძლება იყვნენ პროსახელისუფლებო, ოპოზიციური ფლანგის ან ნეიტრალური. მათი აზრები საკითხის უკეთ გაგებაში და მის შესახებ თქვენი შეხედულების ჩამოყალიბებაში დაგეხმარებათ, მაგრამ, ბუნებრივია, ექსპერტთა აზრები უაპელაციოდ არ უნდა მიიღოთ და სტატიაში არ უნდა გამოიყენოთ როგორც ფაქტები;
4. საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვა - როცა ინფორმაცია ინტერნეტში და სხვა მეორად წყაროებში ხელმისაწვდომი არ არის, მათ შესაბამისი უწყებებიდან გამოითხოვთ. ოღონდ, ვიდრე ინფორმაციას გამოითხოვდეთ, ჯერ უნდა დაუკავშირდეთ იმ უწყებას, ვისაც შესაბამის მოთხოვნას უგზავნით და უნდა დააზუსტოთ, არის თუ არა დაცული ამ უწყებაში თქვენთვის საინტერესო ინფორმაცია, რათა ტყუილად ლოდინი არ მოგიხდეთ.

   საქართველოს ადმინისტრაციული კოდექსის III თავის (ინფორმაციის თავისუფლება) მე-40 მუხლის თანახმად, „საჯარო დაწესებულება ვალდებულია გასცეს საჯარო ინფორმაცია დაუყოვნებლივ ან არა უგვიანეს 10 დღისა, თუ საჯარო ინფორმაციის მოთხოვნაზე პასუხის გაცემა მოითხოვს“. ***(იხ. დანართი 1 - საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვის ნიმუში Fact-Check.ge-ს მიხედვით);***

5. ყველა საჭირო ინფორმაციის შეგროვების შემდეგ იწყება Fact-Checking სტატიის მომზადება, სადაც აუცილებლად უნდა გახსოვდეთ მთავარი წესი - კონკრეტული საკითხის შესახებ წაკითხული უნდა გქონდეთ უამრავი გვერდი, თუმცა თქვენი სტატია უნდა შეადგენდეს მაქსიმუმ (გარდა განსაკუთრებული შემთხვევებისა) 2-3 გვერდს და მკითხველისთვის რაც შეიძლება მარტივად გასაგები უნდა იყოს;
6. გამოიყენეთ მონაცემთა ვიზუალიზაციის საშუალებები - გრაფიკები, ცხრილები და ა.შ.
7. სტატიაში გამოყენებული ყველა ინფორმაცია ყურადღებით გაანალიზებული და რამდენჯერმე გადამოწმებული უნდა იყოს. გახსოვდეთ, Fact-Checking-ის მთავარი პრინციპი რამდენჯერმე გადამოწმებაა;
8. სტატიაში გამოყენებულ ყველა ფაქტობრივ მონაცემსა თუ სხვა სახის ინფორმაციაზე აუცილებლად მიუთითეთ წყარო, შესაბამისი ბმულების სახით - გახსოვდეთ, რომ Fact-Checking-ის უმთავრესი პრინციპი გამჭვირვალობაა.

ნაბიჯი 4: საბოლოო დასკვნა და განცხადების ვერდიქტით შეფასება

ხშირად ძალიან რთულია, ესა თუ ის განცხადება კონკრეტული ვერდიქტით შეაფასო. დღესდღეობით არსებობენ ისეთი ორგანიზაციებიც, რომლებიც პოლიტიკოსის განცხადებას კონკრეტული ვერდიქტით არ აფასებენ. ისინი უბრალოდ უხსნიან მკითხველს, სად არის სიმართლე და სად უზუსტობა. ნებისმიერ შემთხვევაში, არ აქვს მნიშვნელობა კონკრეტული ვერდიქტით აფასებთ თუ არა პოლიტიკოსის განცხადებას, **Fact-Checker-ის მთავარი მიზანი სიმართლის დადგენა და წარმოჩენაა.** ამ დროს კი, მნიშვნელოვანია იცოდეთ, თუ რა ტიპის განცხადებები შეიძლება მოვისმინოთ ამა თუ იმ პოლიტიკოსისგან:

1. პირველ რიგში, ეს შეიძლება იყოს სრულიად ზუსტი განცხადება, რასაც არაფერი მნიშვნელოვანი არ აკლია;
2. განცხადება შეიძლება იყოს ძირითადად ზუსტი, თუმცა საჭიროებდეს დამატებით განმარტებებს ან დაზუსტებებს. მაგ. რიცხვების დასახელებისას ადამიანები ხშირად ვახდენთ მათ დამრგვალებას. შესაძლოა, 945-ის ნაცვლად პოლიტიკოსმა თქვას 1 000 და ა.შ.
3. Fact-Checking-ში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება განცხადების კონტექსტს. შესაძლოა, პოლიტიკოსის მიერ გაჟღერებული სტატისტიკა ან ფაქტობრივი მონაცემები სწორად იყოს მოყვანილი, თუმცა ისე იყოს გამოყენებული, რომ რეალობა მათ მიღმა გადაიფაროს. მაგ. თუ ვიტყვით, რომ დღეს საქართველოში სახელმწიფო ბიუჯეტის მიერ დაფინანსებულ მოხელეთა ჯამური წლიური ხელფასი 1.7 მილიარდი ლარია და ნეგატიური კონტექსტით მივანიშნებთ, რომ ამდენი თანხა ბიუროკრატიაზე იხარჯება, ამ განცხადებაში რიცხობრივი მონაცემი ზუსტი იქნება, თუმცა არაზუსტია კონტექსტი, რადგან, რეალურად, ამ თანხის არცთუ მცირე ნაწილი იხარჯება ჯარის, პოლიციის და სხვა სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი სტრქუტურების შენახვაზე და არა მხოლოდ

ბიუროკრატიაზე. შესაბამისად, ზემოხსენებული თანხის სრულად ბიუროკრატიულ ხარჯად წარმოჩენა არასწორ აღქმას ქმნის;

4. ხშირად, საზოგადოების შეცდომაში შეყვანა ერთი ამბის კონკრეტული დეტალის არდასახელებითაც ხდება. მაგ. თუ ხელისუფლების რომელიმე წარმომადგენელი ამბობს: „ჩვენ შევამცირეთ პრემიები საჯარო სამსახურებში“. შესაძლოა ეს ფაქტი დასტურდებოდეს, მაგრამ ამავე დროს საჯარო სამსახურებში გაზრდილი იყოს სახელფასო დანამატების ოდენობა, თანაც ისე, რომ პრემიების შემცირება გადაფაროს კიდეც. ანუ, ჯამურად არაფერი არ იცვლება, პირიქით, ბიუროკრატიული ხარჯი იზრდება. ამ შემთხვევაში, კონკრეტული ფაქტის არდასახელებას აუდიტორია შეცდომაში შეჰყავს;
5. მონაცემებისა და სტატისტიკის შერჩევით წარმოდგენა - ეს ის ვითარებაა, როცა ხელსაყრელი სტატისტიკური მონაცემები ნახსენებია, ხოლო ნეგატიური მაჩვენებლები უგულვებელყოფილი;
6. ე.წ. ვადაგასული ფაქტები - ისეთი სტატისტიკა ან სხვა სახის ფაქტობირივი მონაცემები, რომლებიც ოდესღაც რელევანტური იყო, მაგრამ არსებული ვითარების აღსაწერად არ გამოდგება;
7. პოლიტიკოსების განცხადებებში არცთუ იშვიათად ისმის ფრაზები აღმატებით ხარისხში, მაგ. საუკეთესო მაჩვენებელი, აქამდე არნახული მიღწევა, ან პირიქით, ყველაზე დაბალი მონაცემი, ანტირეკორდი და ა.შ. როგორც წესი, მსგავსი განცხადებები ხშირად გადაჭარბებულია ხოლმე;
8. ასევე, გვხვდება ცალსახა ტყუილები, რომელთა ამოცნობა და შეფასება შედარებით მარტივია;
9. ხშირად, საჯარო გამოსვლებში ადამიანები უშვებენ უნებლიე შეცდომებს, რომელთა გაანალიზებისას აშკარად ჩანს, რომ მისი ავტორი საზოგადოების განზრახ შეცდომაში შეყვანას მიზნად არ ისახავდა, თუმცა მაინც მცდარი ინფორმაცია გაავრცელა;
10. ასევე, ვხვდებით ე.წ. წამოცდენებს (slip of tongue), რის ვერდიქტით შეფასებას უნდა მოერიდოთ ხოლმე. მაგ. თუ პოლიტიკოსმა შეცდომით მოიყვანა რამდენიმე ფაქტობრივი მონაცემი და შემდეგ ეს შეცდომა იქვე გამოასწორა, ბუნებრივია, თავდაპირველ შეცდომაზე არ უნდა გამოვედევნოთ;
11. **და ბოლოს, გახსოვდეთ, რომ სამყარო შავ-თეთრი არ არის, კონკრეტული განცხადება შეიძლება არ იყოს არც ცალსახად ტყუილი და არც ბოლომდე სიმართლე. არსებობს სიმართლე ტყუილის ელემენტებით და პირიქით - ტყუილი სიმართლის ელემენტებით.**

ნაბიჯი 5: სტატიის რევიზია თავად ავტორის მიერ

სტატიის დასრულების შემდეგ ეცადეთ, რაღაც დროით თქვენი ყურადღება სხვა საქმეზე გადაიტანოთ. გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ ისევ დაუბრუნდით სტატიას და კრიტიკულად წაიკითხეთ. ეცადეთ, თქვენივე ნაშრომი თავად გააკრიტიკოთ შემდეგი კითხვების დახმარებით:

1. რამდენად ზუსტად და სწორად ამოიწერეთ ის განცხადება, რომლის გადამოწმებაც გსურდათ?
2. შეგიძლიათ ნათლად განმარტოთ, თუ რატომ გადაამოწმეთ ეს განცხადება, რატომ ღირდა ის რესურების ხარჯვად?
3. სტატიის მომზადებისას გამოყენებული ყველა წყარო გადამოწმებული და მითითებული გაქვთ?
4. რამდენად მყარი და სანდოა ის არგუმენტები, რომლებზე დაყრდნობითაც თქვენ კონკრეტული განცხადების სიზუსტე ან უზუსტობა დაადგინეთ (უტყუარ ფაქტებს ეყრდნობით თუ უბრალოდ მოსაზრებებს)?
5. რამდენად გასაგებად არის ახსნილი ძირითადი არგუმენტები და ის გზა, რომლითაც საბოლოო დასკვნამდე მიხვედით?
6. ნათლად განმარტეთ სტატიაში, თუ რა არგუმენტებზე დაყრდნობით ანიჭებთ განცხადებას ამა თუ იმ ვერდიქტს?

ნაბიჯი 6: Fact-Checking-ის სტატიის სტრუქტურა და სტილი

აღნიშნული რჩევები, Fact-Checking-ის სტატიის ტექნიკური მხარის შესახებ ძირითადად FactCheck.ge-ს მუშაობის პრინციპებს ეყრდნობა, თუმცა, ზოგადად, Fact-Checking ორგანიზაციების სტატიების სტრუქტურა უმეტესად ერთმანეთის მსგავსია.

1. სტატიის აგებულება - მასალა (სტატია) შედგება ხუთი ნაწილისგან:

   სათაური - სტატიის სათაურში მოიყვანეთ განმცხადებლის ზუსტი ციტატა. თუ ციტირება არ არის მოკლე და გასაგები, მაშინ პერიფრაზიც შეიძლება;

   შესავალი - მოიცავს განცხადებასთან დაკავშირებული გარემოებების (ვინ, რა, როდის, სად განაცხადა) აღწერას;

   ბექგრაუნდი - მოიცავს დამატებით ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რა გარემოებები უძღოდა წინ აღნიშნულ განცხადებას, როგორი იყო ისტორიული და სხვა სახის (ეკონომიკური, პოლიტიკური, სოციალური) კონტექსტი (მაგ. სტატისტიკა), გადასამოწმებელ ფაქტთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი ინფორმაცია (მედიით გასული განცხადებები, მანამდე დადასტურებული და/ან გადამოწმებული ფაქტები);

მთავარი ნაწილი (BODY), ფაქტის გადამოწმება - ეს არის შეჯერებული ინფორმაცია, რომელიც მოძიებულია სხვადასხვა წყაროებიდან (საჯარო ინფორმაცია, ოფიციალური ვებგვერდები, მედია, პირველწყაროდან მიღებული ინტერვიუები) და გაანალიზებულია შესაბამისი მიზნებისთვის;

დასკვნა - არის ანალიზის შედეგად დადგენილი გარემოება გადამოწმებული ფაქტის სიზუსტესთან დაკავშირებით, ვერდიქტის/გრადაციის მითითებით.

2. სტატიის სტილი

გადასამოწმებელი ფაქტი მოგყვათ პირდაპირი ციტირების, მისი შემოკლებული ვერსიის, ან პერიფრაზის სახით.

სათაური შედგება არაუმეტეს 150 სიმბოლოსგან;

მასალაში (სტატიაში) BOLD-ით გამოიყოფა სათაური, ქვესათაური და დასკვნა (თავად ეს სიტყვა სტატიის ბოლოს);

სათაურში მიეთითება განმცხადებლის ვინაობა. არ მიეთითება მისი რეგალიები;

ორგანიზაციების სახელწოდებებს პირველ ჯერზე წერთ სრულად. ყოველ შემდეგ ჯერზე შესაძლოა აბრევიატურის გამოყენება.

გრძელი წინანადებების (30 სიტყვაზე მეტი) ნაცვლად, სასურველია გამოიყენოთ მოკლე წინადადებები.

არაბული ციფრებით იწერება: ასაკი, მისამართი, სატელევიზიო არხების სახელწოდებები, სასამართლოს, პარლამენტის, მთავრობის გადაწყვეტილებები, ფულადი ერთეულები, გვერდები, პოლოტიკოსთა ან პარტიების საარჩევნო ნომრები, ტელეფონის ნომრები და ა.შ.

მასალის მესამე ნაწილი (ანალიზი) იწყება დაახლოებით ასე: „ჩვენ დავინტერესდით განცხადებაში მოყვანილი ფაქტის ან ფაქტების სიზუსტით“, თუმცა, დასაშვებია/მისაღებია სხვაგვარი გადასვლაც;

სტატიაში ერთხელ მაინც უნდა მიეთითოს ნახსენები ადამიანის თანამდებობა (მაგალითად: პარლამენტარი, კომიტეტის თავმჯდომარე, პარტიის დასახელება და სხვა). არ არის აუცილებელი რეგალიები მიუთითოთ პიროვნების ყოველი ხსენების დროს;

დასკვნაში იმეორებთ გადამოწმებულ განცხადებას, წერთ მოკლე ანალიტიკურ მიმოხილვას განცხადების (ზარმაცი მკითხველებისთვის, რომლებიც მხოლოდ დასკვნას კითხულობენ) გარშემო და მხოლოდ ამის შემდეგ, წერთ გრადაციას;

არ გამოიყენება ბარბარიზმები, ჟარგონები, კალკები (გამონაკლისია, ზუსტი ციტირების აუცილებლობა). ტექსტი იწერება აკადემიურად, ყველა სასვენი ნიშნით, აბზაცების გათვალისწიებით;

სტატიის ავტორის მინიშნება ან განმარტება თავსდება შესაბამის ფორმაში - [...];
შესაძლებელი უნდა იყოს მასალაში (სტატიაში) მოყვანილი ყველა ცხრილის, სტატისტიკის, უცხო ტერმინის განმარტების იოლად მოძიება (მაგ: მოკლე განმარტება, ან ჰიპერლინკი);
ყველა სტატიის ბოლოში იწერება მასალის (სტატიის) ავტორის სახელი და გვარი;

რიცხვებში მძიმე ან გამოტოვება გამოიყენეთ ათასების გამოყოფისათვის და წერტილი გამოიყენეთ მთელის გამოყოფისათვის, ამას დიდი მნიშვნელობა აქვს. მაგალითად, ოთხმოცი ათასი მთელი შვიდი დავწეროთ ასე: 80 000.7 ან 80 000.7. 2.5 % და არა 2,5 %;

ერიდეთ გრძელ რიცხვებს და მითუმეტეს მთელებში ჩვენებას. თუ რაღაცას მილიონებში წერთ, დაამრგვალეთ, მთელის გამოყოფა აღარაა საჭირო. მაგალითად, 1 000 000.6 ლარის ნაცვლად ვწერთ 1 000 001 ლარს. 567.3 მილიონის ნაცვლად 567 მილიონი, თუ რამოდენიმე მილიონი არ არის. მაგალითად, არ დაამრგვალოთ 1.2 მილიონი 1 მილიონამდე;

ეცადეთ ტექსტში ციფრები მოიტანოთ იმ ერთეულში, რომელშიც ციტატის ავტორი ამბობს. მაგალითად, თუ საუბრობს მილიონებში, გადამოწმებისას ტექსტში არ დაწეროთ 62 000 ათასი, პირდაპირ დაწერეთ 62 მილიონი. 10 000 ათასი არის 10 მილიონი; 9 000 მილიონი არის 9 მილიარდი.

ნაბიჯი 7: სტატიის გამოქვეყნება, გავრცელება, მკითხველთან კონტაქტი

ყურადღება მიაქციეთ ზოგადად სტატიისა და მასში წარმოდგენილი მონაცემების ვიზუალურ მხარეს;

1. გამოიყენეთ სოციალური ქსელები - გაავრცელეთ სტატია Facebook-ის, twitter-ის და სხვა სოციალური ქსელების საშუალებით;

2. სტატიის გამოქვეყნების შემდეგ დარწმუნდით, რომ ის არქივში საიმედოდ არის შენახული და გარკვეული პერიოდის გასვლის შემდეგ კვლავაც ხელმისაწვდომი იქნება;

3. განსაკუთრებული ყურადღებით მოეკიდეთ მკითხველის კომენტარებს და ეცადეთ მათი ყველაზე საინტერესო და მნიშვნელოვანი გამოხმაურებები უპასუხოდ არ დატოვოთ.

სტატიაში დაშვებული შეცდომების გასწორება

მიუხედავად იმისა, რომ Fact-Checking-ი უამრავი დეტალის გადამოწმებას გულისხმობს, შეცდომისგან დაზღვეული მაინც არავინ არის. სრულიად შესაძლებელია, სტატიაში გაპარულმა ერთმა მცდარმა დეტალმა აბსოლუტურად არასწორი მსჯელობის გზით წაგვიყვანოს. სტატიის გამოქვეყნების შემდეგ, ეს შეცდომა შესაძლოა ნებისმიერმა მკითხველმა ან თავად განცხადების ავტორმა პოლიტიკოსმა/საჯარო პირმა აღმოაჩინოს. შესაბამისად, ყურადღებით უნდა მოეკიდოთ მკითხველების კომენტარებს სტატიაზე; თუკი სამართლიან შენიშვნას მიიღებთ, საკითხი ხელახლა უნდა გამოიკვლიოთ და სტატიაც შესაბამისად განაახლოთ. **შეცდომების გასწორებისადმი მზაობა Fact-Checking-ის უმნიშვნელოვანესი პრინციპია.**

როგორ იქცევით, თუკი მკითხველი თქვენს სტატიაში შეცდომას აღმოაჩენს?

1. აუცილებლად თხოვეთ, თავისი არგუმენტები წერილობითი სახით, დეტალურად მოგაწოდოთ. კარგი იქნება, თუ არგუმენტების დასადასტურებლად შესაბამის წყაროებსაც მოგაწვდით;
2. ყურადღებით გადაამოწმეთ უკვე გამოქვეყნებული სტატია და მკითხველის მიერ მოწოდებული კომენტარი;
3. თუკი აღმოაჩენთ, რომ სტატიაში შეცდომა მართლაც გაიპარა, ეცადეთ მაქსიმალურად მოკლე დროში გაასწოროთ/განაახლოთ მასალა;
4. შეცდომის გასწორების შემდეგ, სტატიას (რედაქტორის ან უშუალოდ სტატიის ავტორის სახელით) გარკვევით და ნათლად უნდა მიეწეროს განახლების შესახებ, მკითხველს კონკრეტულად უნდა აუხსნათ, სტატიის რა ნაწილის განახლება/შესწორება მოხდა;
5. თუ სტატიის განახლებამ არ გამოიწვია პოლიტიკოსის განცხადების ვერდიქტის შეცვლა, მას უბრალოდ აწერთ, რომ მასალა *განახლებულია.* თუკი შეცდომის გასწორების შედეგად შეიცვალა პოლიტიკოსის განცხადების ვერდიქტიც, სტატიას მიეწერება, რომ ის *შესწორებულია;*
6. სტატიაში დაშვებული შეცდომის განახლების შესახებ აუცილებლად აცნობეთ იმ ადამიანს, ვინც შეცდომაზე მიგითითათ.

რეზიუმე

პოლიტიკით დაინტერესებულ ყველა ჟურნალისტს კიდევ ერთხელ მოვუწოდებ, აუცილებლად დანერგოს Fact-Checking-ი თავის ყოველდღიურ საქმიანობაში. შეგიძლიათ, თქვენი მედიასაშუალების რედაქტორს Fact-Checking-ის განყოფილების შექმნაც შესთავაზოთ.

და ბოლოს, აუცილებლად გახსოვდეთ Fact-Checking-ის მთავრი პრინციპები:

1. **სიმართლის ძებნა - Fact-Checking-ის უპირველესი მიზანია მკითხველს აჩვენოს, სად არის სიმართლე;**
2. **წყაროების გამჭვირვალობა - სტატიაში გამოყენებული ყველა წყაროს მითითება;**
3. **გადამოწმება - ეჭვის თვალით შეხედეთ ყველაფერს, განსაკუთრებით კი თქვენივე სტატიას, დასვით კითხვები მისი ყოველი აბზაცის შესახებ.**

ღია მონაცემები ეკონომიკაში

მთლიანი შიდა პროდუქტი და ეკონომიკური ზრდა

მთლიანი შიდა პროდუქტი (მშპ) არის მთელი წლის განმავლობაში ქვეყნის შიგნით წარმოებული ყველა საბოლოო პროდუქტის საბაზრო ღირებულების ჯამი. მთლიანი შიდა პროდუქტი ითვლება ქვეყნის ეკონომიკის სიდიდის გამომხატველ მაჩვენებლად.

ნომინალური მთლიანი შიდა პროდუქტი არის მიმდინარე (საბაზრო) ფასებში გამოხატული მშპ, ხოლო რეალური მშპ არის წინა წლის (ან რომელიმე ისტორიული წლის) ფასებში გამოხატული მშპ. ქვეყნის ეკონომიკური ზრდა/კლება ნიშნავს რეალური მშპ-ს პროცენტულ ცვლილებას. ეკონომიკური ზრდის/კლების განსასაზღვრად რეალურ მშპ-ს ცვლილებას იყენებენ იმიტომ, რომ ის გამორიცხავს ფასების ზრდის/კლების შედეგად მშპ-ს ზრდა/კლებას. ფასების ცვლილების უგულვებელყოფით, მშპ-ს ცვლილება გვეუბნება რამდენად გაიზარდა/შემცირდა ქვეყანაში გამოშვებული პროდუქციის მოცულობა (წონაში, ცალობით და ა.შ). სწორედ, პროდუქციის მოცულობის ცვლილებაა ეკონომიკური ზრდა/კლების განმსაზღვრელი.

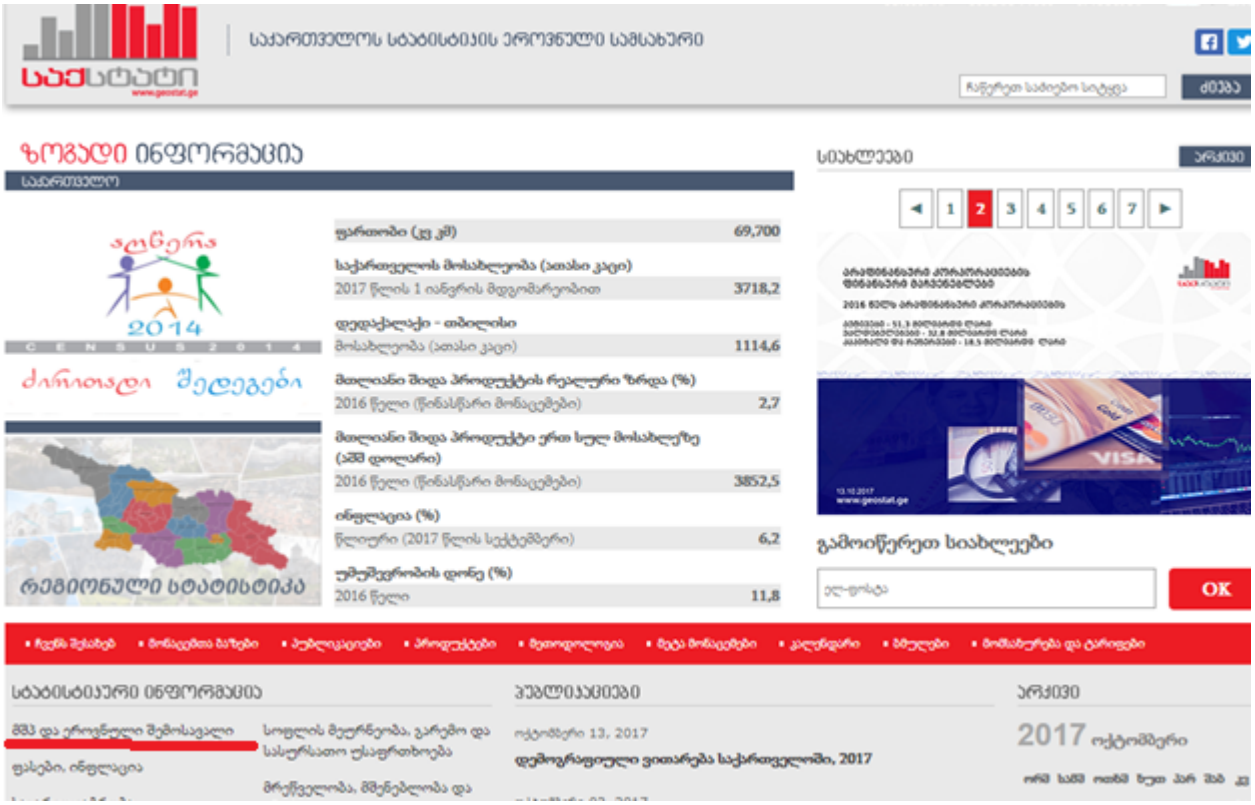
მთლიანი ეროვნული პროდუქტი (მეპ) მთლიანი შიდა პროდუქტისგან განსხვავდება შემოსავლების წყაროების მიხედვით.

მეპ უდრის მშპ-ს გამოკლებული უცხოელების მიერ მიღებული შემოსავალი საქართველოში და დამატებული ქართველების მიერ მიღებული შემოსავალი საზღვარგარეთ.

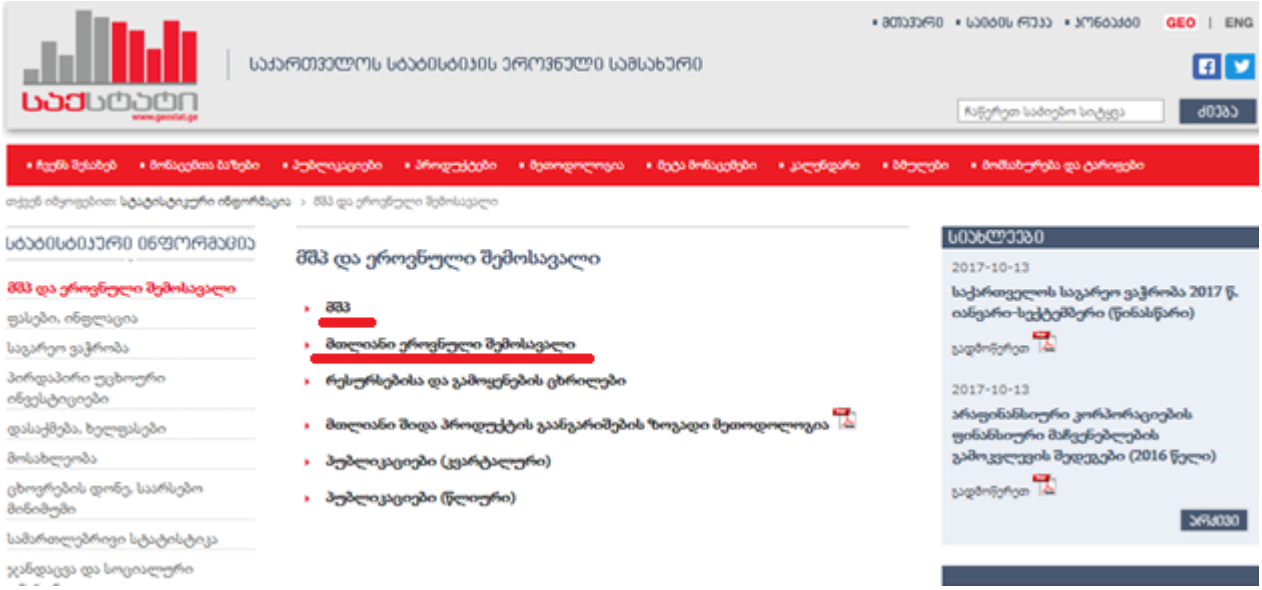
მეპ უფრო ზუსტად აღწერს ქვეყნის მოქალაქეების მიერ მიღებულ წლიურ შემოსავალს, მაგრამ არ გამოდგება ქვეყნის ეკონომიკის სიდიდის შესაფასებლად, რადგან შემოსავალი, რომელიც მივიღეთ მაგალითად საზღვარგარეთ დასაქმებულებიდან, არ შექმნილა ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკაში.

საქართველოს მშპ-ზე, ეკონომიკურ ზრდაზე და მათ ჩაშლილ მონაცემებზე ინფორმაციის წყაროა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატი) ვებგვერდი (www.geostat.ge).

საქსტატის ვებგვერდზე უნდა ავირჩიოთ „მშპ და ეროვნული შემოსავალი“.



თუ მშპ-ის და ეკონომიკური ზრდის მაჩვენებლები გვაინტერესებს, შემდეგ უნდა ავირჩიოთ „მშპ“, ხოლო მეპ-ის მაჩვენებლებისთვის „მთლიანი ეროვნული შემოსავალი“.

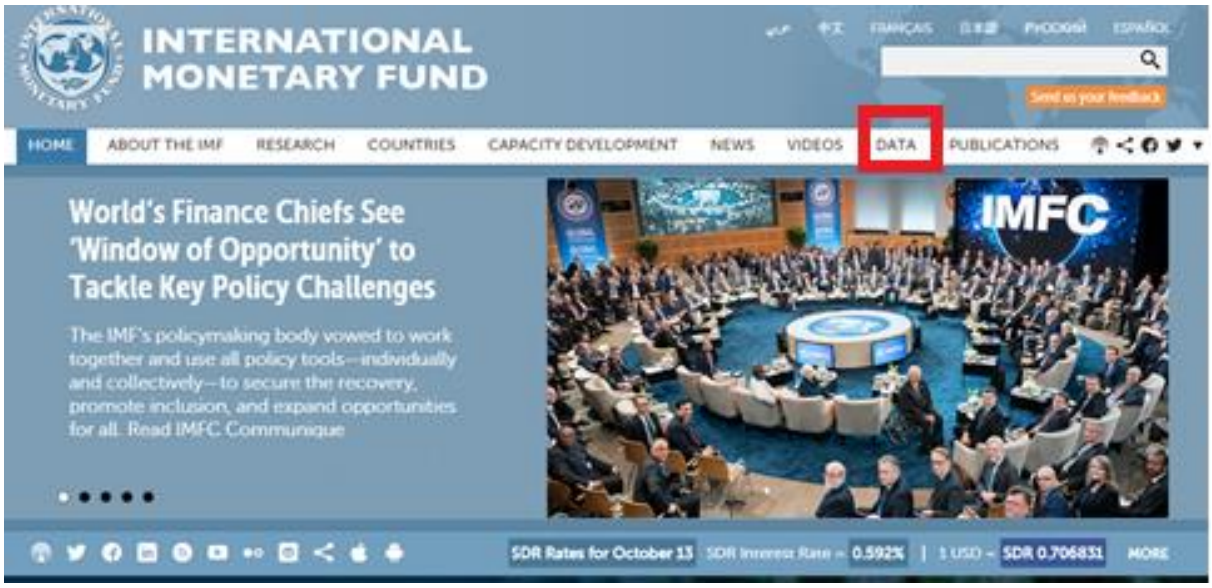


მშპ-ის განყოფილების არჩევის შემდეგ, შეგვიძლია ჩამოვწეროთ ექსელის ცხრილები მშპ-ის სხვადასხვაგვარი კლასიფიკაციის მიხედვით და ასევე ცხრილები ეკონომიკური ზრდის შესახებ. ნომინალური მშპ-ის სანახავად უნდა ჩამოვტვირთოთ ცხრილი „მთლიანი შიდა პროდუქტი, მიმდინარე ფასებში“, ხოლო რეალური მშპ-ს სანახავად „მთლიანი შიდა

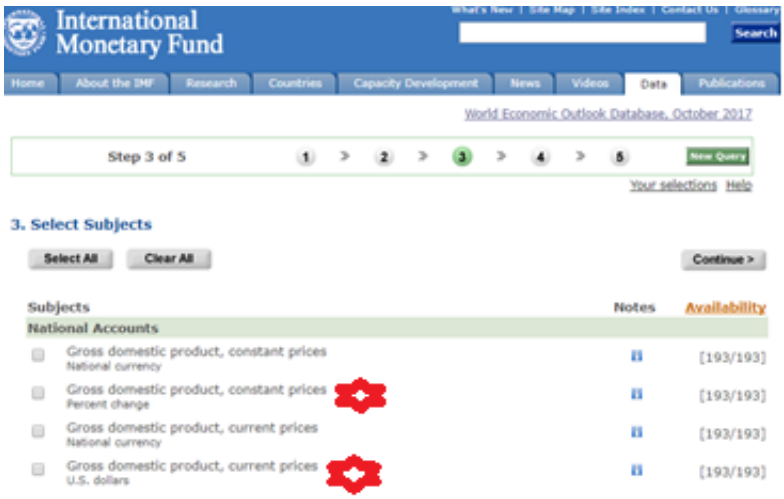
პროდუქტი, მუდმივ ფასებში“. ეკონომიკური ზრდის სანახავად უნდა ვნახოთ ფაილი „მთლიანი შიდა პროდუქტის რეალური ზრდა“.

საქსტატი ეკონომიკური ზრდის მაჩვენებელს ყოველთვიურად აქვეყნებს, რაც თვის ბოლო რიცხვებში „სიახლეების“ განყოფილებაში ქვეყნდება. აღნიშნული ინფორმაციის ნახვა პუბლიკაციების განყოფილებაშიც არის შესაძლებელი, ყოველთვიურ პუბლიკაციებში. მშპ-ის ჩაშლილ ინფორმაციას კი კვარტალურად აქვეყნებს, 3 თვის დაგვიანებით. მაგალითად, მესამე კვარტლის (ივლისი-სექტემბერი) მონაცემები ქვეყნდება დეკემბრის ბოლოს.

ხშირ შემთხვევაში, საქართველოს მონაცემებთან შესადარებლად, გვჭირდება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების მშპ-ს და ეკონომიკური ზრდის მონაცემები. ამ მხრივ ყველაზე სანდო და განახლებული საერთაშორისო სავალუტო ფონდის (www.imf.org) მონაცემებია: „World Economic Outlook Databases“. სავალუტო ფონდის ვებგვერდზე შესვლის შემდეგ უნდა ავირჩიოთ განყოფილება „DATA”.



„DATA”-ს არჩევის შემდეგ „World Economic Outlook Databases“, შემდეგ „MORE”, შემდეგ ბოლო ანგარიშს, ამ ეტაპზე ეს არის „World Economic Outlook Databases October 2017”, შემდეგ „By Countries” და ამის შემდეგ უკვე ვირჩევთ ყველა ქვეყანას, ან მხოლოდ იმ ქვეყნებს, რომლებიც გვაინტერესებს. ქვეყნების მშპ-ის შესადარებლად უნდა ავირჩიოთ „Gross domestic product, US dollars”, ხოლო ეკონომიკური ზრდის ტემპების სანახავად „Gross domestic product, Percent change”.



ინფლაცია და ვალუტის კურსი

ინფლაცია არის ქვეყანაში ფასების დონის ზრდა, საქონლისა და მომსახურების გაძვირება, **დეფლაცია** - პირიქით, გაიაფება.

ინფლაციის დონეს ანუ რამდენი პროცეტით გაიზარდა ფასები ბოლო ერთ თვეში, ერთ წელში ან დროის სხვა პერიოდში თვლიან ე.წ. სამომხმარებლო ფასების ინდექსით. **სამომხმარებლო ფასების ინდექსი** სწავლობს სამომხმარებლო კალათაში შემავალი პროდუქტების ფასების ცვლილებას.

საქართველში სამომხმარებლო კალათა მოიცავს 295 პროდუქტს (საქონელს და მომსახურებას). პროდუქტებს ინდექსში აქვთ სხვადასხვა წონა, რაც ნიშნავს, რომ მათი ფასის ცვლილებას განსხვავებული გავლენა აქვს საბოლოო ინფლაციაზე. პროდუქტები აირჩევა და წონები ენიჭება იმის მიხედვით, თუ საშუალოდ რამდენ ფულს ხარჯავს მასზე მოქალაქე. შესაბამისად, თუ ისეთი პროდუქცია ძვირდება, რასაც უფრო მეტად მოიხმარს მოსახლეობა (მაგალითად სურსათი), მაშინ ინფლაციის დონეც მეტად იზრდება, ვიდრე ისეთ დროს, როცა ნაკლებად მოხმარებადი პროდუქცია ძვირდება (მაგ. ქლიავი, ქიშმიში).

ინფლაციის შესახებ ინფორმაციის ნახვა შესაძლებელია, როგორც საქსტატის, ასევე ეროვნული ბანკის ვებგვერდზე, თუმცა უფრო დეტალური ინფორმაცია საქსტატზეა განთავსებული.

საქსტატის ვებგვერდზე უნდა ავირჩიოთ „ფასები, ინფლაცია“. ამის შემდეგ, ინფლაციის რიცხობრივი მაჩვენებლების სანახავად უნდა ავირჩიოთ „სამომხმარებლო ფასების ინდექსი (ინფლაცია)“, ხოლო ინფლაციის დათვლის მეთოდოლოგიის სანახავად „მეთოდოლოგია, სამომხმარებლო კალათა“.

საქსტატი ფასების ცვლილებას ყოველთვიურად ითვლის და აქვეყნებს. თვის დასაწყისში ქვეყნდება ინფორმაცია წინა თვეზე (მაგალითად, სექტემბრის დასაწყისში აგვისტოს თვის ინფლაციაზე ქვეყნდება), რაც „სიახლეების“ განყოფილებაში ჩანს. აღნიშნული ინფორმაციის ნახვა პუბლიკაციების განყოფილებაშიც არის შესაძლებელი, ყოველთვიურ პუბლიკაციებში.

საქართველოში ინფლაციის დონეზე გავლენის მოხდენა ეროვნულ ბანკს შეუძლია და მას ვალდებულებად აქვს აღებული, რომ არ დაუშვებს მაღალ ინფლაციას. მაგალითად, 2017 წლისთვის ეროვნული ბანკისთვის ინფლაციის მიზნობრივი მაჩვენებელი 4%-ია.

ინფლაციის დონის დარეგულირება მონეტარული (ფულად-საკრედიტო) პოლიტიკის მეშვეობით ხდება, რომელსაც ეროვნული ბანკი ახორციელებს. ეროვნული ბანკის მონეტარული პოლიტიკის შესახებ ინფორმაცია თავად ეროვნული ბანკის ვებსაიტზეა (www.nbg.ge) განთავსებული, განყოფილებაში „მონეტარული პოლიტიკა“.

სხვა ქვეყნების ინფლაციის მაჩვენებლების ერთ სივრცეში სანახავად უმჯობესია, თუ საერთაშორისო სავალუტო ფონდის „World Economic Outlook Databases“ გამოვიყენებთ (მეტი დეტალებისთვის იხილეთ, წინა ქვეთავი, მშპ-ზე).

ვალუტის კურსი

არსებობს ვალუტის კურსის სხვადასხვა რეჟიმები, მაგალითად, ოქროზე მიბმული კურსი (ოქროს სტანდარტი), ფიქსირებული კურსი, თავისუფალი ცურვა, მართვადი ცურვა, მონეტარული კავშირი და სხვა.

საქართველოში არის **თავისუფალი ცურვის რეჟიმი**. თავისუფალი ცურვის დროს ვალუტის კურსს აყალიბებს სავალუტო ბაზარი. ლარის კურსი დოლარის მიმართ ყალიბდება იმის მიხედვით თუ რამდენი ლარი და დოლარია ქვეყანაში და როგორია მათზე მოთხოვნა, მათი საჭიროება.

ლარის გაცვლითი კურსის შესახებ ინფორმაციას ეროვნული ბანკი აქვეყნებს. თუ გვინდა ვნახოთ თუ როგორ იცვლება ლარის კურსი ყოველდღიურად მსოფლიოს 43 სხვადასხვა ვალუტის მიმართ, ბანკის ვებგვერდზე სტატისტიკის განყოფილება უნდა ავირჩიოთ.

სტატისტიკის არჩევის შემდეგ, უნდა გადმოვწეროთ “გაცვლითი კურსი“-ს განყოფილებაში განთავსებული ფაილები, სადაც პერიოდულობის მიხედვით არის ლარის კურსზე ინფორმაცია.

საგარეო ვაჭრობა და უცხოური ინვესტიციები

ძირითადი ტერმინები საგარეო ვაჭრობაში:

ექსპორტი - ქვეყნიდან პროდუქციის გატანა (სხვა ქვეყანაში გაყიდვა).

იმპორტი - ქვეყანაში პროდუქციის შემოტანა (სხვა ქვეყანაში წარმოებულის ყიდვა).

წმინდა ექსპორტი (NX) - ქვეყნის ექსორტს გამოკლებული მისი იმპორტი.

წმინდა ექსპორტს ასევე **სავაჭრო ბალანს ან საგარეო ვაჭრობის სალდოს** უწოდებენ.

სავაჭრო დეფიციტი გვაქვს როდესაც წმინდა ექსპორტი (NX) არის უარყოფითი (იმპორტი მეტია ექსპორტზე).

სავაჭრო უპირატესობა გვაქვს როდესაც წმინდა ექსპორტი (NX) დადებითია (ექსპორტი მეტია იმპორტზე).

დაბალანსებული ვაჭრობა არის როდესაც წმინდა ექსპორტია არის ნულის ტოლი.

საქონლით საგარეო ვაჭრობის შესახებ ინფორმაციას საქსტატი აქვეყნებს. ინფორმაცია ყოველთვიურად ქვეყნდება. მისი ნახვა შესაძლებელია როგორც „სიახლეები“-ს განყოფილებაში, ასევე ყოველთვიურ პუბლიკაციებში.

თუ გვინდა საგარეო ვაჭრობის შესახებ დეტალური ინფორმაცია მოვიპოვოთ, ამ შემთხვევაში საქსტატის ვებგვერდზე უნდა ავირჩიოთ განყოფილება „საგარეო ვაჭრობა“.

საგარეო ვაჭრობის განყოფილებაში შეგვიძლია ვნახოთ ექსპორტი და იმპორტი როგორც ქვეყნების მიხედვით, ასევე სასაქონლო ჯგუფების მიხედვით. "სასაქონლო ჯგუფები HS 6 ნიშნა" ნიშნავს უფრო ჩაშლილ ინფორმაციას, ვიდრე „სასაქონლო ჯგუფები HS 4 ნიშნა".

მომსახურების ექსპორტზე და იმპორტზე ინფორმაციას ეროვნული ბანკი აქვეყნებს. ამისთვის საჭიროა შევიდეთ სტატისტიკის განყოფილებაში და ჩამოვტვირთოთ ექსელის ფაილი „საგადასახდელო ბალანსი".

უცხოური ინვესტიციები

უცხოური ინვესტიციები სხვადასხვა სახისაა:

პირდაპირი ინვესტიციები მოიცავს სააქციო კაპიტალს და საინვესტიციო ფონდის აქციებს, რეინვესტირებულ შემოსავლებს და სავალო ინსტრუმენტებს.

პორტფელის ინვესტიციები მოიცავს ისეთ დაბანდებებს საწარმოს საწესდებო კაპიტალში, რომელიც იძლევა ხმების 10%–ზე ნაკლებს. პორტფელის ინვესტორებს მიეკუთვნებიან ასევე ის იურიდიული და ფიზიკური პირები, რომლებიც ფლობენ არარეზიდენტი საწარმოს მიერ გამოშვებულ სხვადასხვა სახის ფასიან ქაღალდებს, რომლებიც არ უზრუნველყოფენ საწესდებო კაპიტალში მონაწილეობას.

სხვა ინვესტიციები ყველა ინვესტიციას, გარდა პირდაპირი და პორტფელის ინვესტიციებისა. ესენია: სავაჭრო კრედიტები და ავანსები, სესხები, ნაღდი ფული და დეპოზიტები, სხვა აქტივები და ვალდებულებები.

ყველა სახის უცხოური ინვესტიციების შესახებ ინფორმაცია ეროვნული ბანკის ვებგვერდზეა განთავსებული. ამისთვის საჭიროა შევიდეთ სტატისტიკის განყოფილებაში და ჩამოვტვირთოთ ექსელის ფაილი „საგადასახდელო ბალანსი".

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების შესახებ დეტალურ ინფორმაციას საქსტატი აქვეყნებს.

საქსტატზე პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების განყოფილებაში ინვესტიციების ნახვა შეგვიძლია ინვესტორი ქვეყნების, ეკონომიკის სექტორების და რეგიონების მიხედვით.

ინვესტიციების ზრდა/კლების ტენდენციის გასარკვევათ, შესაბამისი პერიოდის ინვესტიციები უნდა შევადაროთ ერთანეთს, ანუ კვარტალი გასული შესაბამისი წლის კვარტალთან უნდა შევადაროთ. თუმცა, მხოლოდ ეს არ არის საკმარისი. ასევე, მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია, თუ რამდენია პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია მშპ-ის მიმართ და ეს თანაფარდობა როგორ იცვლება წლების მიხედვით.

სახელმწიფო ბიუჯეტი

საქართველოს საბიუჯეტო სისტემა მოიცავს საქართველოს სახელმწიფო, ავტონომიური რესპუბლიკებისა და ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების ბიუჯეტებს.

სახელმწიფო ბიუჯეტი არის საქართველოს პარლამენტის მიერ დამტკიცებული, საქართველოს ცენტრალური ხელისუფლების ფუნქციებისა და ვალდებულებების შესრულების მიზნით მისაღები შემოსულობების, გასაწევი გადასახდელებისა და ნაშთის ცვლილების ერთობლიობა.

ავტონომიური რესპუბლიკის რესპუბლიკური ბიუჯეტი არის ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი საბჭოს მიერ დამტკიცებული, ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლების ფუნქციებისა და ვალდებულებების შესრულების მიზნით მისაღები შემოსულობების, გასაწევი გადასახდელებისა და ნაშთის ცვლილების ერთობლიობა.

ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულის ბიუჯეტი არის ადგილობრივი თვითმმართველობის წარმომადგენლობითი ორგანოს მიერ დამტკიცებული, ადგილობრივი ხელისუფლების ფუნქციებისა და ვალდებულებების შესრულების მიზნით მისაღები შემოსულობების, გასაწევი გადასახდელებისა და ნაშთის ცვლილების ერთობლიობა.

თითოეულ ადგილობრივ თვითმმართველ ერთეულს აქვს საკუთარი დამოუკიდებელი ბიუჯეტი. ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულის ბიუჯეტი დამოუკიდებელია როგორც სხვა თვითმმართველი ერთეულის ბიუჯეტისგან, ისე სახელმწიფო ბიუჯეტისგან და ავტონომიური რესპუბლიკების რესპუბლიკური ბიუჯეტებისგან.

ნაერთი ბიუჯეტი – საქართველოს სახელმწიფო, ავტონომიური რესპუბლიკების რესპუბლიკური და ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულების კონსოლიდირებული ბიუჯეტი. ნაერთი ბიუჯეტი არ ექვემდებარება არც ერთი ხელისუფლების წარმომადგენლობითი ორგანოს მიერ დამტკიცებას.

საბიუჯეტო პროცესი არის საქართველოს საბიუჯეტო სისტემის მონაწილეთა საქმიანობა, რომელიც მოიცავს ბიუჯეტის პროექტის მომზადებას, წარდგენას, განხილვას, დამტკიცებას, დაზუსტებას, ბიუჯეტის შესრულებას, ანგარიშგებასა და კონტროლს.

ბიუჯეტის პროექტის <u>მომზადებისთვის, ბიუჯეტის შესრულებისა და ანგარიშგებისთვის</u> პასუხისმგებელია:

ა) სახელმწიფო ბიუჯეტისათვის – საქართველოს მთავრობა;

ბ) ავტონომიური რესპუბლიკის რესპუბლიკური ბიუჯეტისათვის – შესაბამისი ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი აღმასრულებელი ორგანო;

გ) ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულის ბიუჯეტისათვის – შესაბამისი ადგილობრივი თვითმმართველობის აღმასრულებელი ორგანო.

ბიუჯეტის პროექტის <u>განხილვასა და დამტკიცებაზე და ბიუჯეტის კონტროლზე</u> უფლებამოსილია:

ა) სახელმწიფო ბიუჯეტისათვის – საქართველოს პარლამენტი;

ბ) ავტონომიური რესპუბლიკის რესპუბლიკური ბიუჯეტისათვის – შესაბამისი ავტონომიური რესპუბლიკის უმაღლესი წარმომადგენლობითი ორგანო;

გ) ადგილობრივი თვითმმართველი ერთეულის ბიუჯეტისათვის – შესაბამისი ადგილობრივი თვითმმართველობის წარმომადგენლობითი ორგანო.

ნაერთი ბიუჯეტის შესახებ <u>სტატისტიკური ინფორმაციის მომზადებისთვის</u> პასუხისმგებელია:

ა) საქართველოს ნაერთი ბიუჯეტისათვის – საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო;

ბ) ავტონომიური რესპუბლიკის ნაერთი ბიუჯეტისათვის – შესაბამისი ავტონომიური რესპუბლიკის საფინანსო ორგანო.

ყველა დონის ბიუჯეტს - სახელმწიფოს, რესპუბლიკურს და ადგილობრივს აქვს საერთო კლასიფიკაცია.

ბიუჯეტის **შემოსავლების მუხლი** მოიცავს ე.წ მიმდინარე შემოსავლებს, ესენია: საგადასახადო შემოსავლები, გრანტები და სხვა შემოსავლები.

ხარჯების მუხლი მოიცავს ე.წ. მიმდინარე ხარჯებს, რომლებიც ცხრილშია მოცემული.

ხარჯები
შრომის ანაზღაურება
საქონელი და მომსახურება
პროცენტი
სუბსიდიები
გრანტები
სოციალური უზრუნველყოფა
სხვა ხარჯები

შრომის ანაზღაურების მუხლი მოიცავს საჯარო სექტორში დასაქმებულთა შრომის ანაზღაურებას, ხოლო მუხლი - საქონელი და მომსახურება მოიცავს საჯარო უწყებების ფუნქციონირებისთვის საჭირო საქონლისა და მომსახურების შესყიდვას. აღნიშნულ მუხლებს უწოდებენ ადმინისტრაციულ ხარჯებს, ანუ ეს ის თანხაა, რასაც ხარჯვს აღმასრულებელი და საკანონმდებლო ხელისუფლება საკუთარი ფუნქციების განხორციელებისათვის.

პროცენტის მუხლი მოიცავს საგარეო და საშინაო ვალზე გადასახდელი პროცენტის თანხას. სუბსიდიებში ასახულია სახელმწიფოს მიერ გაწეული სუბსიდიები, ძირითადად

საწარმოების მიმართ. გრანტები მოიცავს სახელმწიფოს მიერ გაცემული შიდა გრანტებს და ადგილობრივ ბიუჯეტებზე გადასაცემი ტრანსფერების თანხას.

სოციალური უზრუნველყოფის მუხლი აერთიანებს, პენსიებს, სოციალურ დახმარებებს და ჯანდაცვის პროგრამებს.

სხვა ხარჯებში გაერთიანებულია ისეთი თანხები, რომლებიც ზემოთ მოცემულ მუხლებში არ შედის.

საოპერაციო სალდო ეწოდება მიმდინარე შემოსავლებისა და მიმდინარე ხარჯების სხვაობას. თუ სალდო დადებითია, ნიშნავს, რომ შემოსავლები ხარჯებზე მეტია.

მუხლი არაფინანსური აქტივების ცვლილება მოიცავს არაფინანსური აქტივების ზრდას და კლებას. არაფინანსურ აქტივებში შედის სახელმწიფოს ისეთი მატერიალური ქონება, როგორებიცაა: შენობა-ნაგებობები, გზები, ხიდები, მიწა, მანქანა-დანადგარები, მარაგები და ბუნებრივი რესურსები. არაფინანსური აქტივების ზრდა გულისხმობს ქონების შეძენას, შექმნას (აშენებას). შესაბამისად, ის ძირითადად მოიცავს ბიუჯეტის კაპიტალურ, ინფრასტრუქტურულ ხარჯებს.

არაფინანსური აქტივების კლება გულისხმობს სახელმწიფოს მატერიალური ქონების (აქტივების) შემცირებას მისი გაყიდვის (პრივატიზაციის) გზით. ამ დროს ბიუჯეტში შემოსავალი შემოდის.

ბიუჯეტის მთლიანი სალდო საქართველოს საბიუჯეტო კოდექსის თანახმად არის ბიუჯეტის დეფიციტი/პროფიციტი. მთლიანი სალდო არის საოპერაციო სალდოს და არაფინანსური აქტივების სხვაობა. თუ სალდო უარყოფითია, ბიუჯეტი დეფიციტურია, ხოლო თუ დადებითია - პროფიციტული.

ფინანსური აქტივების ცვლილება მოიცავს ფინანსური აქტივების ზრდას და კლებას. ზრდა არის როდესაც სახელმწიფო ზრდის დეპოზიტებს, გასცემს სესხებს ან ყიდულობს ფასიან ქაღალდებს. ხოლო კლება არის როდესაც ამცირებს დეპოზიტებს, უკან იბრუნებს გაცემულ სესხებს და ამცირებს სხვა დებიტორულ დავალიანებებს.

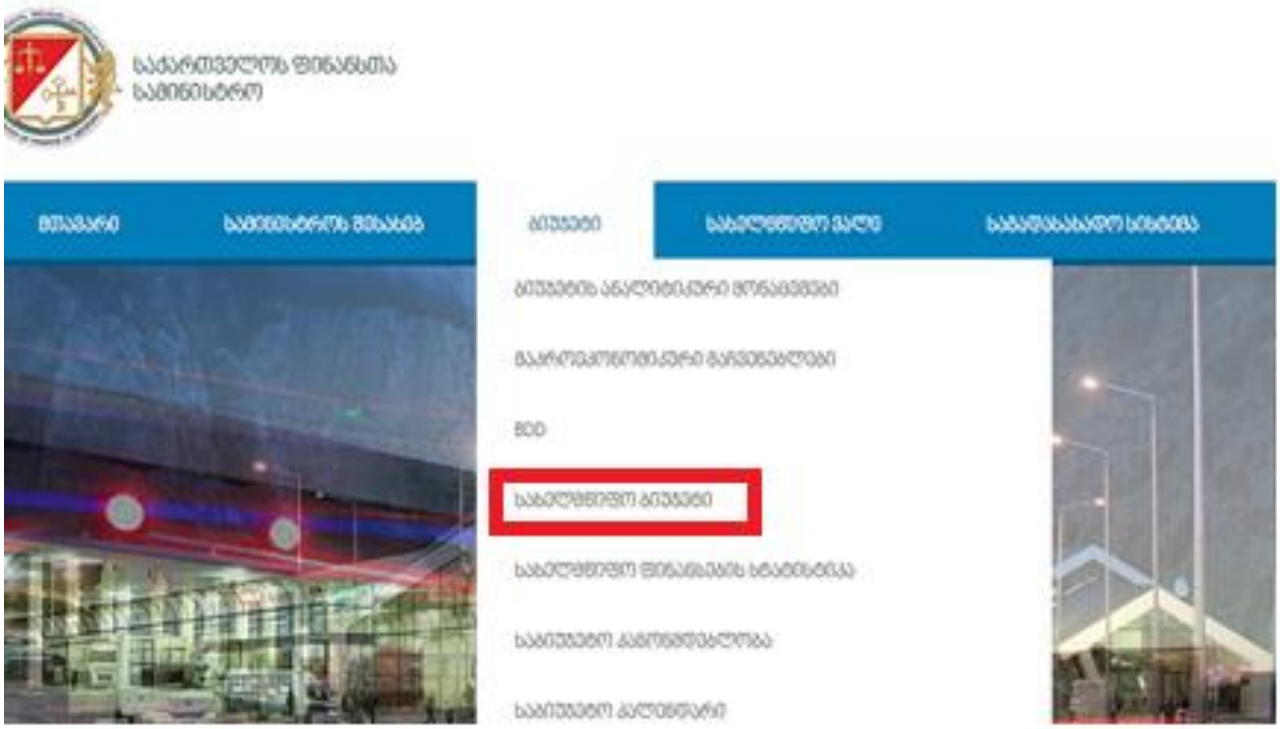
მიუხედავად იმისა, რომ საბიუჯეტო კოდექსის თანახმად ბიუჯეტის დეფიციტს/პროფიციტს გამოხატავს ბიუჯეტის მთლიანი სალდო, ის არ გამოდგება იმის შესაფასებლად, თუ როგორია სხვაობა ბიუჯეტის ყველა სახის შემოსავალსა და ხარჯს შორის. მთლიანი სალდო არ მოიცავს ფინანსური აქტივებიდან მიღებულ შემოსავალს და ფინანსური აქტივების ზრდაზე გაწეულ დანახარჯებს. აქედან გამომდინარე, დეფიციტის/პროფიციტის სრული სურათის საჩვენებლად ეკონომისტები იყენებენ ე.წ. **ტრადიციული გაგებით დეფიციტს,** რომელიც

მოიცავს ყველა სახის შემოსავალს და ხარჯს, ანუ მთლიან სალდოსთან ერთად მოიცავს ფინანსური აქტივების ცვლილებასაც.

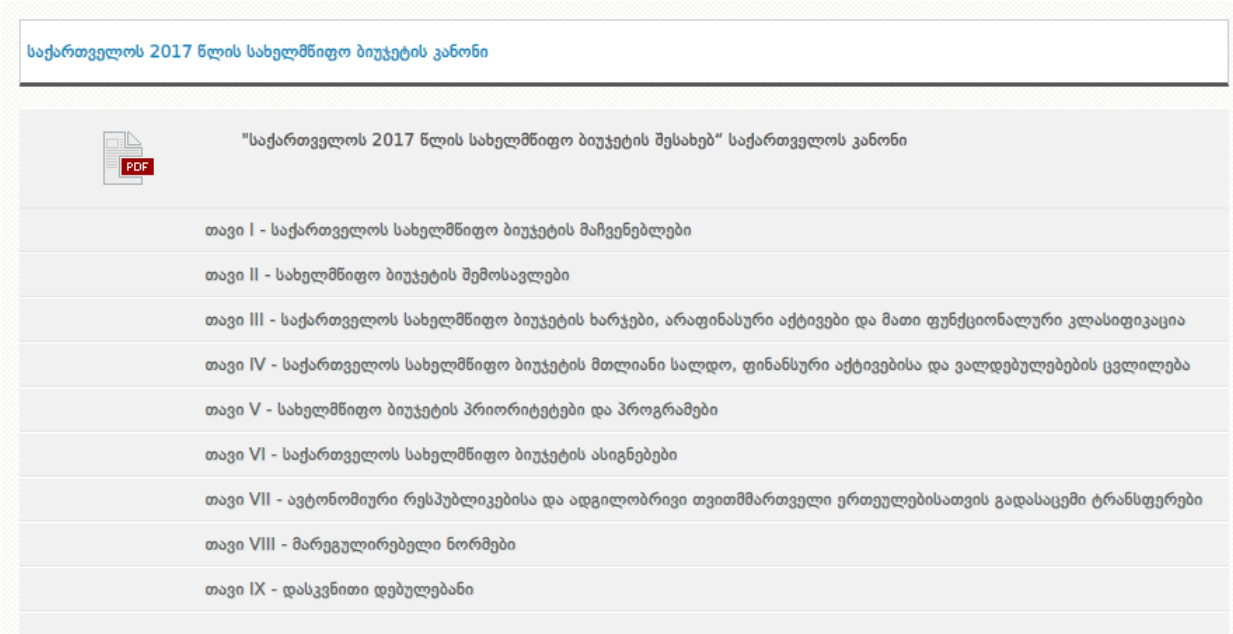
სწორედ ბიუჯეტის ტრადიციული დეფიციტია ის თანხა (1,191 მლნ), რაც უნდა დაფინანსდეს ვალის აღებით, რომ მთავრობას ფული ეყოს ყველა პროგრამის დასაფინანსებლად და შესაბამისად, სრულად შეასრულოს თავისი ვალდებულებები.

ბიუჯეტის მუხლი - **ვალდებულებების ცვლილება** მოიცავს დეფიციტის დაფინანსების წყაროებს. ეს არის ახალი საშინაო და საგარეო ვალების აღება და ამასთან, ადრე აღებული ვალების ნაწილის დაფარვა.

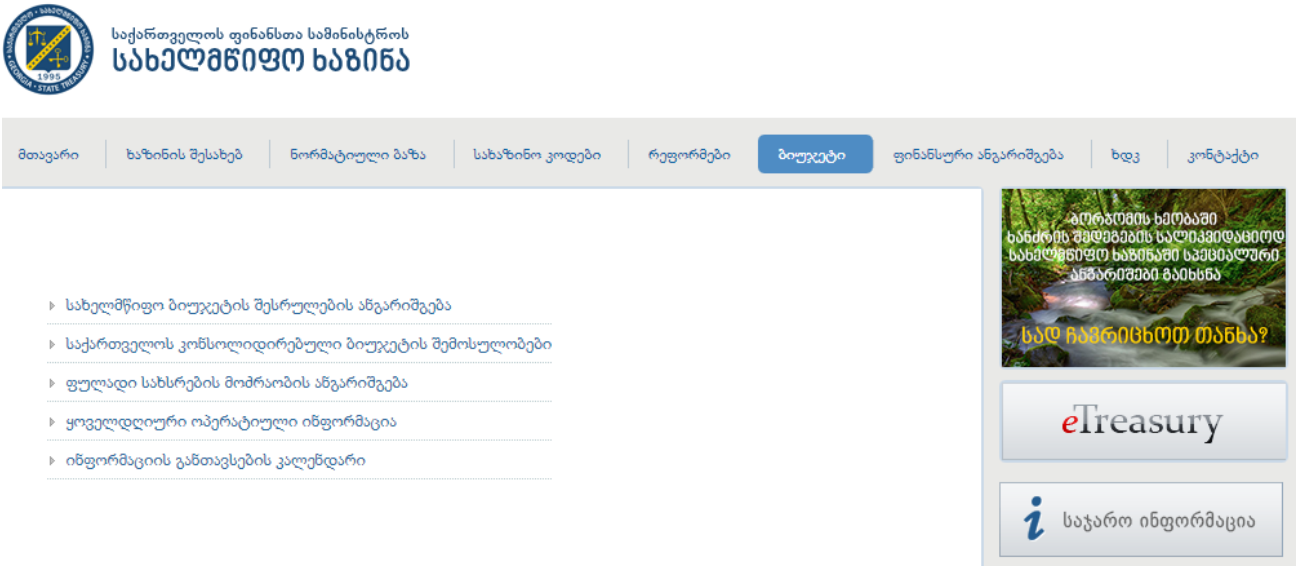
ბიუჯეტის შესახებ ინფორმაცია განთავსებულია საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს ვებგვერდზე (www.mof.ge), განყოფილებაში: "ბიუჯეტი", რომლის „ჩამოშლის" შემდეგ უნდა ავირჩიოთ „სახელმწიფო ბიუჯეტი".



„სახელმწიფო ბიუჯეტის" განყოფილებაში უნდა ავირჩიოთ იმ წლის ბიუჯეტი, რომელიც გვაინტერესებს. სახელმწიფო ბიუეტი შედგება 9 ძირითადი თვისგან და დანართებისგან. ყველა თავი და დანართი ცალ-ცალკე არის განთავსებული ვებგვერდზე და საჭიროების მიხედვით უნდა ვნახოთ.



ბიუჯეტის შესახებ ოპერატიული ინფორმაციის სანახავად უმჯობესია საქართველოს სახელმწიფო ხაზინის ვებგვერდის (www.treasury.ge) გამოყენება. განყოფილებაში „ბიუჯეტი“ მოცემული, როგორც სახელმწიფო ბიუჯეტის შესრულების ანგარიშები, ასევე ყოველდღიური ოპერატიული ინფორმაცია, სადაც ოპერატიულად ქვეყნდება ყოველი დღის ხარჯი, რა მიმართულებით რამდენი დაიხარჯა.



ღია მონაცემები სოციალურ და ჯანდაცვის სფეროში

ბიუჯეტის სოციალური ხარჯები

სახელმწიფოს სოციალური ხარჯების შესახებ ინფორმაცია სახელმწიფო ბიუჯეტში „სოციალური უზრუნველყოფის“ მუხლშია გაწერილი.

სოციალური უზრუნველყოფის მუხლი აერთიანებს, როგორც მოსახლეობის სოციალური დაცვის, საპენსიო უზრუნველყოფის, ასევე ჯანმრთელობის დაცვის პროგრამების დაფინანსებას.

„სოციალური უზრუნველყოფის“ მუხლისთვის რა თანხაა გამოყოფილი ბიუჯეტში, შეგვიძლია, ვნახოთ სახელმწიფო ბიუჯეტის I თავში - „სახელმწიფო ბიუჯეტის მაჩვენებლები“.

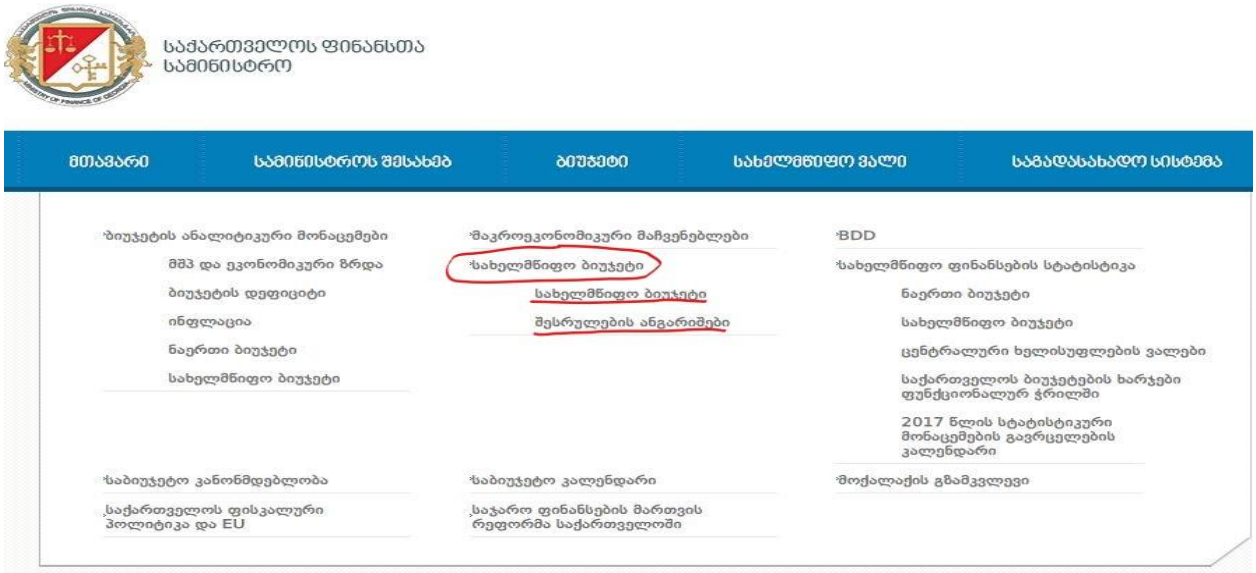
სახელმწიფოს კონკრეტულ სოციალურ (მათ შორის საპენსიო უზრუნველყოფაზე) ან ჯანდაცვის პორგრამების დაფინანსებაზე ინფორმაცია გაწერილია სახელმწიფო ბიუჯეტის VI თავში- “სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები“. ინფორმაცია შეგვიძლია მოვიძიოთ პროგრამის დასახელების ან პროგრამული კოდების მიხედვით.

სახელმწიფოს კონკრეტული სოციალური ან ჯანდაცვის პორგრამისთვის დამტკიცებული ბიუჯეტი, რამდენად აღმოჩნდა საკმარისი ან პირიქით, შეგვიძლია გადავამოწმოთ ბიუჯეტის შესრულების მაჩვენებლებში, თავი VI – „სახელმწიფო ბიუჯეტის გადასახდელები პროგრამული კლასიფიკაციის მიხედვით“.

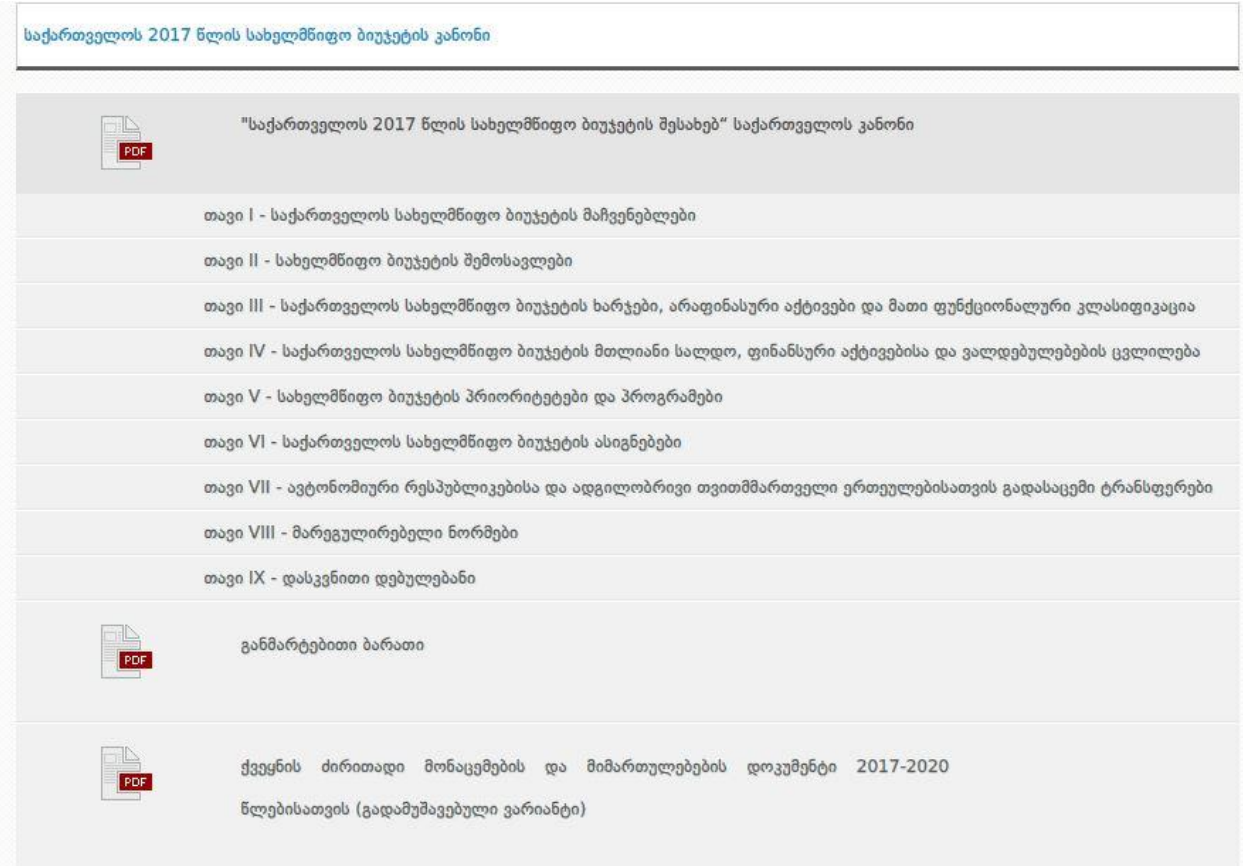
სახელმწიფო ბიუჯეტის V თავში - „პრიორიტეტები და პროგრამები“ გაწერილია ყველა ის პროგრამა, რომელსაც სახელმწიფო ახორციელებს, ამასთან მოკლე ინფორმაცია პროგრამის შესახებ. (ასევე მითითებულია პროგრამული კოდები)

როგორ მოვიძიოთ ბიუჯეტის აღნიშნული თავები მარტივად?

ფინანსთა სამინისტროს ვებ-გვერდზე - Mof.ge განთავსებულია სახელმწიფო ბიუჯეტის მონაცემები: სახელმწიფო ბიუჯეტი და შესრულების ანგარიშები.

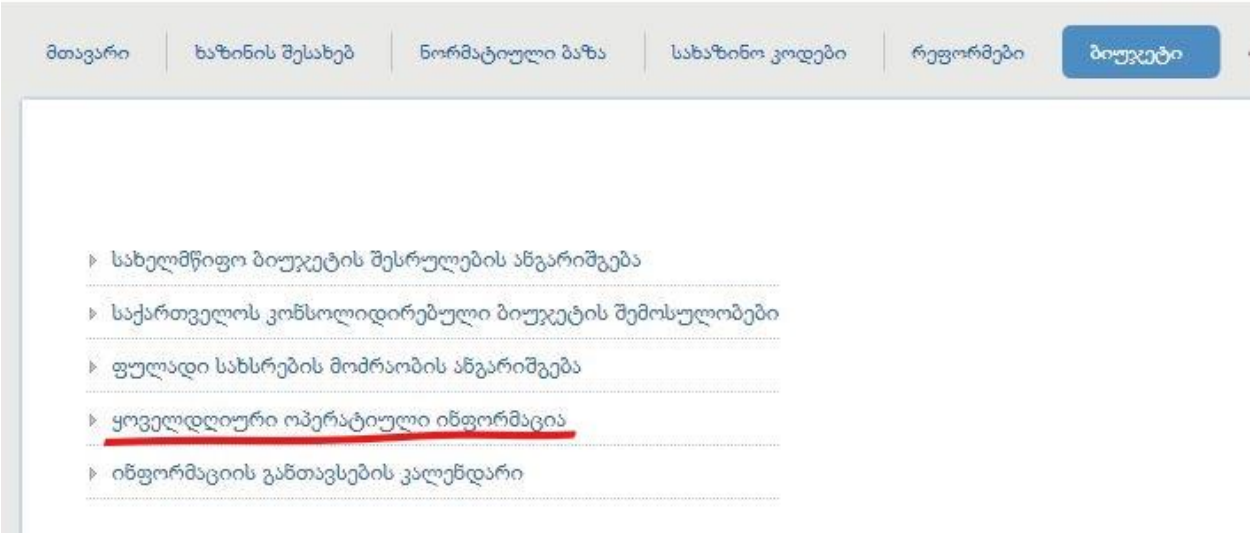


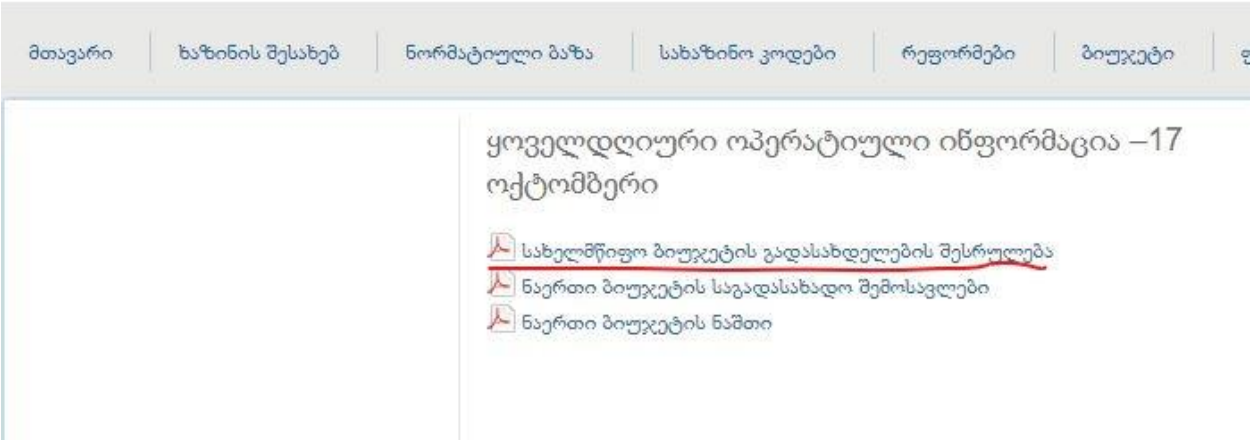
ვირჩევთ სასურველ მონაცემს (ბიუჯეტი ან შესრულება) და შემდგომ ბიუჯეტის მაჩვენებლებს წლების მიხედვით გვიჩვენებს, ვირჩევთ შესაბამის წელს. გვიხსნის შესაბამის ბიუჯეტს და ვირჩევთ ბიუჯეტის შესაბამის თავს.



ამასთან, [სახელმწიფო ხაზინის]() ყოველდღიური ოპერატიული მონაცემებით, შეგვიძლია გადავამოწმოთ როგორ მიმდინარეობს ამა თუ იმ პროგრამის ან ქვეპროგრამის ხარჯების შესრულება, იმ კონკრეტული დღის მონაცემებით.

სახელმწიფო ხაზინის საიტზე - http://treasury.ge , ვირჩევთ ბიუჯეტის მაჩვენებლებს, შემდგომ ყოველდღიურ ოპერატიულ მონაცემებს, შემდგომ სახელმწიფო ბიუჯეტის გადასახდელების შესრულებას.





სახელმწიფოს სოციალური და ჯანდაცვის პროგრამები / ჯანმრთელობის დაცვის მხრივ არსებული მდგომარეობა

სოციალურ და ჯანმრთელობის დაცვის სახელმწიფო პროგრამების ძირითადი განმახორციელებელი, ჯანდაცვის სამინისტროს სსიპ „სოციალური მომსახურების სააგენტოა“.

სოციალური მომსახურების სააგენტოს ვებ-გვერდზე - http://ssa.gov.ge/ განთავსებულია ინფორმაცია:

- ✓ სოციალური და ჯანდაცვის პროგრამების შესახებ ინფორმაცია (ვინ არის მოსარგებლე, რას მოიცავს პროგრამა).
- ✓ სატისტიკური ინფორმაცია (პროგრამის მოსარგებლეთა რაოდენობა სქესის, ასაკის, რაიონების მიხედვით, გადარიცხული თანხა)

სოციალურ უზრუნველყოფაზე (სახელმწიფო პენსია და სოციალური პაკეტები) სტატისტიკური ინფორმაცია ასევე შეგვიძლია მოვიძიოთ/გადავამოწმოთ საქსტატის ვებ-გვერდზე.

საქსტატი ასევე აქვეყნებს, სტატისტიკურ მონაცემებს ჯანდაცვაზე, რომელიც მოიცავს: დაავადებათა გავრცელების მაჩვენებელს, აბორტების მაჩვენებელს, ექიმთან მიმართვიანობის მაჩვენებელს და სხვა.

ჯანდაცვა

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა, ათასი	13.6	12.1	12.8	11.3	11.6	11.7	12.8	13.8
ექიმების რიცხოვნობა, ათასი	20.6	21.2	21.8	19.4	22.4	24.3	22.9	26.6
მათ შორის სტომატოლოგები	1.0	1.0	1.3	1.5	1.9	1.8	2.1	2.4
საშუალო სამედიცინო პერსონალის რიცხოვნობა, ათასი	18.6	19.3	17.9	14.1	15.5	15.6	16.4	17.6
ექიმთან მიმართვების რიცხვი, ათასი	7073.7	7623.3	7705.9	9494.7	10974.5	11881.1	13243.9	13079.0

ჯანმრთელობის დაცვის ძირითადი მაჩვენებლები

ექიმების რიცხოვნობა თანამდებობების მიხედვით

საშუალო სამედიცინო კადრების რიცხოვნობა

აბორტები

მოსახლეობის ავადობა დაავადებათა ძირითადი ჯგუფების მიხედვით

0-14 წლის ასაკის ბავშვთა ავადობა დაავადებათა ძირითადი ჯგუფების მიხედვით

მოსახლეობის ავადობა ინფექციური დაავადებებით

მოსახლეობის ავადობა სქესობრივი გზით გადამდები დაავადებებით

მოსახლეობის ავადობა ტუბერკულოზით

აივ ინფექცია/ შიდსის შემთხვევათა რაოდენობა

მოსახლეობის მომსახურება სასწრაფო დახმარებით

ასევე, გარდაცვალების სტატისტიკურ მონაცემებში ასახულია, გარდაცვლილთა რიცხოვნება დაავადებათა ძირითადი კლასის მიხედვით.

საქართველოში ჯანმრთელობის დაცვის შესახებ არსებული მდგომარეობის შესახებ ყოველწლიურ სტატისტიკურ მონაცემებს და მიმოხილვებს დაავადებათა კონტროლის ცენტრი აქვეყნებს.

ჯანდაცვის სფეროში ინფლაცია/ფასების ცვლილება

საქსტატი ყოველთვიურად აქვეყნებს სამომხმარებლო ფასების ინდექსს, სადაც შეგვიძლია გადავამოწმოთ ჯანდაცვის სფეროში არსებული ინფლაციის მაჩვენებელი.

სამომხმარებლო ფასების დეტალურ ინდექსზე დაყრდნობით შეგვიძლია დავაკვირდეთ მედიკამენტებზე ფასების ცვლილებას (როგორც წინა წლის შესაბამის თვესთან შედარებით, ასევე გასულ თვესთან შედარებით)

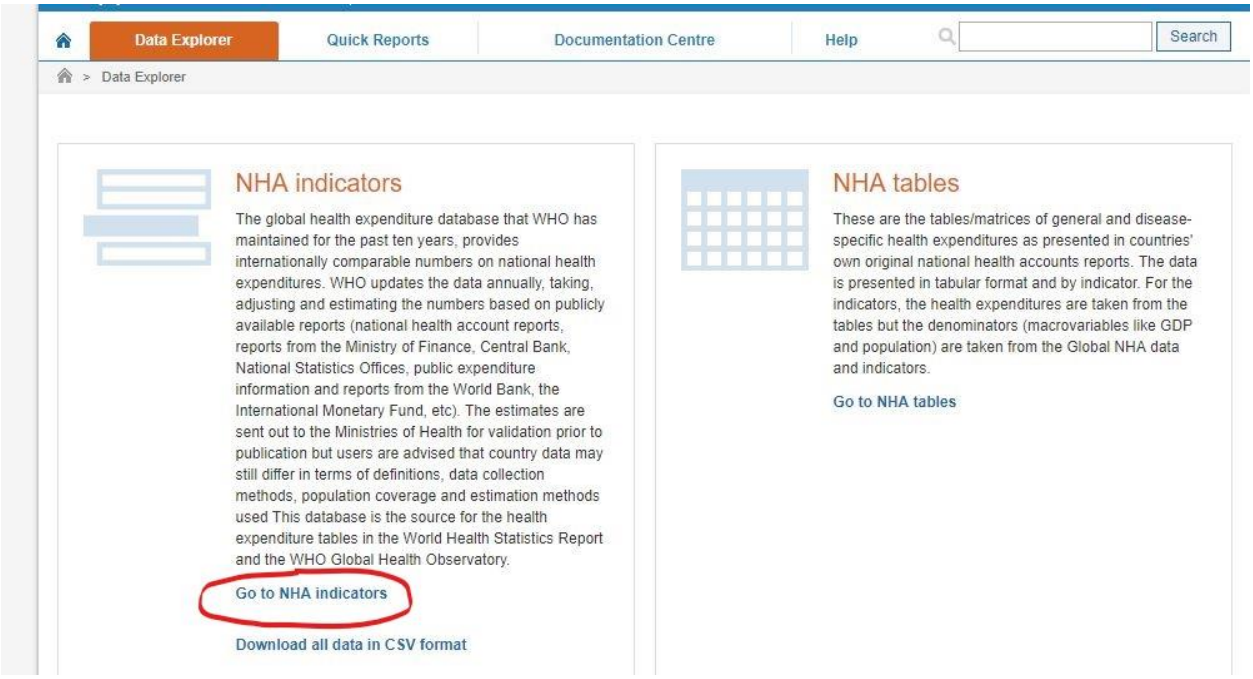
შენიშვნა: საქსტატი აკვირდება მხოლოდ პირველადი მოხმარების მედიკამენტების ფასებს. ესენია: სისხლძარღვთა გამაფართოებელი მედიკამენტები, ტკივილგამაყუჩებელი მედიკამენტები, ანტიბიოტიკები, ვიტამინები, საჭმლის მომნელებელი სისტემის პრეპარატები, ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატები.

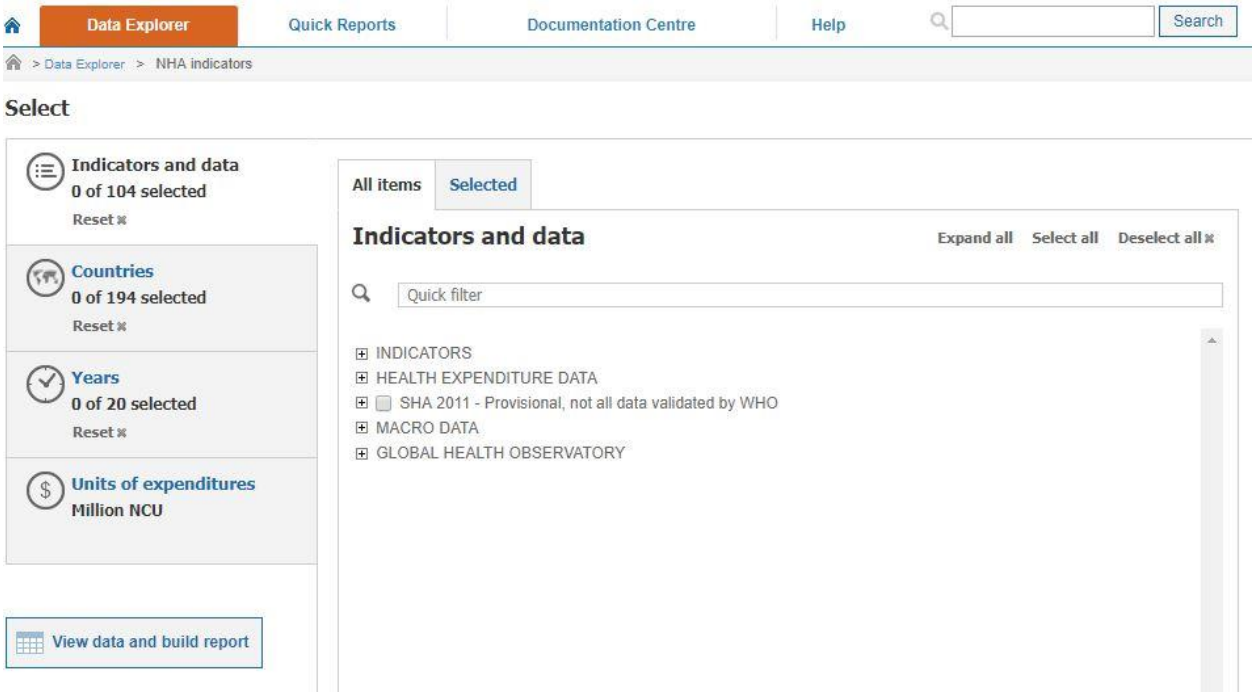
ჯანდაცვის დანახარჯები

მსოფლიოს მასშტაბით ჯანდაცვის დანახარჯებზე ინფორმაციას (ქვეყნების, რეგიონების და წლების მიხედვით) მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაცია და მსოფლიო ბანკი აქვეყნებს.

აღნიშნულ წყაროებზე დაყრდნობით ჩვენ შეგვიძლია გადავამოწმოთ: ქვეყანაში ჯანდაცვის მთლიანი დანახარჯების წილი მშპ-ის (ქვეყნის ეკონომიკის) მიმართ; ჯანდაცვაზე სახელმწიფოს გაწეული ხარჯების წილი მშპ-ის მიმართ; ჯიბიდან გადახდის წილი ჯანდაცვის მთლიან ხარჯებში და სხვა.

მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციის საიტზე, ვირჩევთ NHA indicators, შემდგომ სასურველ ქვეყანას, წელს და სასურველ მონაცემს, და ვაკლიკებთ view data and build report.





ოჯახების მიერ ჯანდაცვაზე გაწეული ხარჯების შესახებ ინფორმაცია არის UNICEF-ის კვლევებში -„მოსახლეობის კეთილდღეობის კვლევა“, რომელიც 2 წელიწადში ერთხელ ქვეყნდება.

კერძო სადაზღვევო ბაზარი

ჯანმრთელობის კერძო სადაზღვევო ბაზრის სტატისტიკას (პოლისების რაოდენობა, მოზიდული პრემია) საქართველოს დაზღვევის სახელმწიფო ზედამხედველობის სამსახური აქვეყნებს.

აღნიშნულ საიტზე სადაზღვევო ბაზრის შესახებ ყველა სხვა სახის სტატისტიკური ინფორმაციის გადამოწმებაა შესაძლებელი.

დასაქმება/უმუშევრობა

დასაქმება და უმუშევრობის სტატისტიკას საქსტატი აქვეყნებს. საქსტატი ითვლის, ეკონომიკურად აქტიურ მოსახლეობას (სამუშაო ძალას), დასაქმებული და უმუშევარი ადამიანების რაოდენობას. და ადგენს უმუშევრობის დონეს.

მონაცემები გამოქვეყნებულია, ასაკის მიხედვით, სქესის მიხედვით, რეგიონების მიხედვით. აგრეთვე დასაქმებულთა განაწილება ინსტიტუციური სექტორების მიხედვით - სადაც შეგვიძლია ვნახოთ საჯარო სექტორში დასაქმებულთა სტატისტიკა.

უმუშევრობის თემის გაშუქებისას აუცილებელია ვიცოდეთ ტერმინთა ზუსტი განმარტებები და სტატისტიკური მონაცემები შესაბამისად გამოვიყენოთ.

დასაქმებული (დაქირავებული ან თვითდასაქმებული) – 15 წლის და უფროსი ასაკის პირი, რომელიც

- ✓ გამოკითხვის მომენტისთვის წინა 7 დღის განმავლობაში მუშაობდა (მინიმუმ 1 საათით) შემოსავლის მიღების მიზნით.
- ✓ ეხმარებოდა უსასყიდლოდ სხვა შინამეურნეობის წევრებს.
- ✓ რაიმე მიზეზით არ იმყოფებოდა სამუშაოზე, თუმცა ფორმალურად ირიცხებოდა მომუშავედ.

დაქირავებული – 15 წლის და უფროსი ასაკის პირი, რომელიც

- ✓ საანგარიშო პერიოდის განმავლობაში ასრულებდა განსაზღვრულ სამუშაოს ხელფასის ან სხვა სახის ანაზღაურების მიღების მიზნით.
- ✓ აქვს სამუშაო ადგილი, მაგრამ დროებით არ მუშაობს.

თვითდასაქმებული -15 წლის და უფროსი ასაკის პირი, რომელიც

- ✓ ეწევა გარკვეული სახის საქმიანობას მოგების ან შემოსავლის (ფულით ან სხვა სახით) მიღების მიზნით.
- ✓ ან ოჯახურ საწარმოში/მეურნეობაში მუშაობს უსასყიდლოდ.

უმუშევარი – 15 წლის და უფროსი ასაკის პირი, რომელიც არ მუშაობდა (ერთი საათითაც კი) გამოკითხვის მომენტის წინა 7 დღის განმავლობაში, ეძებდა სამუშაოს ბოლო 4 კვირაში და მზად იყო მუშაობის დასაწყებად მომავალი 2 კვირის განმავლობაში.

სიღარიბის მაჩვენებლები

საქსტატი აქვეყნებს ქვეყანაში არსებული ცხოვრების დონის მაჩვენებლებს.

აბსოლუტური სიღარიბე- ეყრდნობა მოსახლეობის შემოსავლებისა და ხარჯების შესაბამისობას ქვეყანაში კანონმდებლობით დადგენილ საარსებო მინიმუმთან,

ფარდობითი (შედარებითი) სიღარიბე- აჩვენებს მოსახლეობის რა ნაწილი მოიხმარს საშუალო მოხმარების [ხარჯების] 60%-ზე და 40%-ზე ნაკლებს.

ჯინის კოეფიციენტი - აჩვენებს მოსახლეობაში შემოსავლების განაწილების წონასწორობას. ჯინის კოეფიციენტმა შეიძლება იმერყეოს 0-სა და 1-ს შორის. რაც უფრო მაღალია მაჩვენებელი მით უფრო უთანასწოროდ არის განაწილებული შემოსავლები მოსახლეობაში. მაგალითად, 0 ნიშნავს, რომ ქვეყნის მთელმა მოსახლეობამ თანასწორი შემოსავალი მიიღო.

სიღარიბის მაჩვენებლები შეგვიძლია ვნახოთ UNICEF–ის მოსახლეობის კეთილდღეობის კვლევაშიც. ეს არის შინამეურნეობათა (ოჯახების) კვლევა, რომელიც 2 წელიწადში ერთხელ ქვეყნდება და შედარების საშუალებას იძლევა.

აღნიშნულ კვლევაში შემდეგი სახის სტატისტიკური მაჩვენებლებია ასახული:

უკიდურესი სიღარიბე - ვინც დღეში1.25 აშშ დოლარზე ნაკლებს ხარჯავს

ზოგადი სიღარიბე - ვინც დღეში 2.5 აშშ დოლარზე ნაკლებს ხარჯავს.

საქართველოს სიღარიბის მაჩვენებლები - მსოფლიო ბანკის მონაცემები

- ✓ PPP- Poverty headcount ratio – გვიჩვენებს მოსახლეობის რა ნაწილი მოიხმარს დღიურად 1.90 დოლარზე ნაკლებს.
- ✓ საქართველოს სიღარიბის მაჩვენებლების შესახებ მსოფლიო ბანკის კვლევა.

სიღარიბის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი მთავარი ინდიკატორი შემოსავლებია. მსოფლიო ბანკის თანახმად, ერთ სულ მოსახლეზე მთლიანი ეროვნული შემოსავლის (GNI per capita, Atlas method) საფუძველზე ქვეყნების კლასიფიცირება შემდეგ კატეგორიებად ხდება:

- დაბალი შემოსავალის - 1,035$ ან მასზე ნაკლები
- საშუალო შემოსავალის (რაც თავის მხრივ დაბალ საშუალო - 1,036$-4,085$, და მაღალ საშუალო - 4,086$-12,615$ ჯგუფებად იყოფა)
- და მაღალი შემოსავალის - 12,616$ და მეტი.

მსოფლიო ბანკის ამ მონაცემით მარტივად შეგვიძლია ვნახოთ, რომელ კატეგორიაში ხვდება ქვეყანა, ასევე შეგვიძლია შევადაროთ წინა წლებს ან სხვა ქვეყნებს.

მონაცემთა ვიზუალიზაცია

მონაცემების გამოყენებისას მნიშვნელოვანია, გამოვიყენოთ ვიზუალიზაციის სხვადასხვა მეთოდი, რადგან:

- ✓ ვიზუალიზაცია ადვილად აღსაქმელია;
- ✓ ვიზუალიზაცია ადვილად იქცევს აუდიტორიის ყურადღებას;
- ✓ ვიზუალიზაციით გადმოცემული მონაცემების გააზრება უფრო მარტივია;

მონაცემთა ვიზუალიზაცია სხვადასხვა სახითაა შესაძლებელი: ცხრილით, ჩარტით, დიაგრამით, რუკით, პიქტოგრამით. თითოეული ამ ვიზუალიზაციის შექმნა საკმაოდ მარტივია და მათი შესწავლა შესაძლებელია ონლაინ ვიდეო გაკვეთილებით.

ქვემოთ შეგიძლიათ იხილოთ ვებგვერდები, სადაც მარტივად და უფასოდ შეძლებთ ვიზუალიზაციების შექმნას:

- www.piktochart.com - დამხმარე ვიდეო
- www.infogr.am - დამხმარე ვიდეოები
- www.visme.co - დამხმარე ვიდეო
- www.canva.com - დამხმარე ვიდეო

➡ www.easel.ly - დამხმარე ვიდეო

➡ www.venngage.com - დამხმარე ვიდეო

დიზაინი და ფერები

დიზაინის შექმნისას გახსოვდეთ:

- ✓ სიმარტივე: აირჩიეთ მაქსიმუმ 3 ფერი, რომელიც ეხამება ერთმანეთს;
- ✓ იერარქია: ყველა ვიზუალიზაციას სჭირდება მთავარი ფოკუსი, საიდანაც იწყება ამბავი;
- ✓ ლაკონურობა: ვიზუალიზაციაზე დატანილი ტექსტი უნდა იყოს მაქსიმალურად მოკლე და გასაგები;
- ✓ შემოქმედებითობა: კონტექსტის შესაბამისი დიზაინი შეარჩიეთ;
- ✓ სიცხადე: გამოიყენეთ ლეგენდა, რათა მკითხველმა მარტივად აღიქვას ინფორმაცია.

სასარგებლო ბმული - http://www.odecanet.org/wp-content/uploads/2016/10/Module-4-UNDP-student.pdf

ყალბი ამბები და მათი გადამოწმება

ყალბი ახალი ამბავი (Fake News) პროპაგანდის შემადგენელი ნაწილია და მისი გატარების საჭირო ინსტრუმენტად მიიჩნევა.

პროპაგანდა თავის მხრივ გულისხმობს შემდეგს:

- პროპაგანდა მიზნად ისახავს ადამიანის დარწმუნებას;
- პროპაგანდა მიზნად ისახავს ადამიანის აზრებზე, ქცევაზე, ემოციებსა და დამოკიდებულებებზე ზეგავლენის მოხდენას;
- პროპაგანდა ცდილობს „არჩევანის განსაზღვრას“ სიმართლის გაზვიადებით ან დაფარული მესიჯებით.

პროპაგანდას აუცილებლად უარყოფითი გაგება არ აქვს. მაგალითად მოცემულ სურათზე, ვხედავთ, რომ ხდება აუდიტორიის დარწმუნება იმაში, რომ ჰიგიენის დაცვა არის აუცილებელი. პოზიტიური პროპაგანდისგან განსხვავებით, მისი ნეგატიური ანალოგი ხშირ შემთხვევაში სხვისი დისკრედიტაციის ხარჯზე ცდილობს კონკრეტული ინფორმაციის გავრცელებას. თანამედროვე მსოფლიოში ეს უკანასკნელი პოლიტიკის გატარების ერთ-ერთ ინსტრუმენტადაც იქცა და მიზნად ისახავს, ადამიანის დარწმუნებასა და მისი აზრებით მანიპულირებას. სწორედ ამიტომ კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა მოქალაქეთათვის მედია წიგნიერების ამაღლება და ფაქტების გადამოწმების საფუძვლების ახსნა.

არ არსებობს ყალბი ახალი ამბის აღიარებული დეფინიცია, მაგრამ მეტად დამკვიდრებული გაგებით იგი არის მასობრივი საინფორმაციო საშუალებით გავრცელებული დეზინფორმაცია/ტყუილი, რომელიც ინფორმაციის წყაროს პოპულარიზაციას ან/და კონკრეტული ჯგუფის მიერ განსაზღვრული პოლიტიკის გატარებას ემსახურება. თუმცა, ყალბი ინფორმაციის მაგალითებს თუ დავაკვირდებით, ვნახავთ, რომ მათში მოცემული ინფორმაცია ხშირად ცალსახად ტყუილს არ ეფუძნება და სიმართლის ელემენტებიც შეიძლება აღმოვაჩინოთ. სწორედ ამიტომ, ყალბი ამბები არა მხოლოდ აუდიტორიის სიცრუეში შეყვანას, არამედ მათი დაბნევის მიზანსაც შეიძლება ემსახურებოდეს.

მიუხედავად იმისა, რომ ყალბი ამბის გავრცელება თუ პროპაგანდა ზოგადად, ახალი ფენომენი არ არის, ბოლო დროს განსაკუთრებით დიდი გამოხმაურება აქვს ამ საკითხს. ამის დასტურია ისიც, რომ მაქვუარის ლექსიკონმა 2016 წლის სიტყვად გამოაცხადა ყალბი ამბები ანუ Fake news, ხოლო Merriam-Wester-ის ლექსიკონმა ასეთად post-truth დაასახელა.

არსებობს რამდენიმე სახეობის ყალბი ახალი ამბავი, რომლის ამოცნობაც არ არის მარტივი:

- განზრახ შეცდომაში შემყვანი ამბავი – ეს არის მიზანმიმართულად შექმნილი და გავრცელებული დეზინფორმაცია, რომელიც გარკვეული პიროვნების, ჯგუფის, პოლიტიკური ძალის, ორგანიზაციის და ა.შ. დისკრედიტაციისკენ არის მიმართული; მაგალითად, ზოგიერთ რუსულ და იტალიურ მედიასაშუალებაში გავრცელებული ინფორმაცია, რომ ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლოს გადაწყვეტილებით 2016 წლის მარტიდან ახალშობილი ბავშვების ნათლობა იკრძალება. აღნიშნული ყალბი ამბავი ანტი-დასავლური პროპაგანდის ნაწილს წარმოადგენდა.

- რეალურ ფაქტად აღქმული ხუმრობა – ზოგიერთ ონლაინ მედია საშუალებას გაცხადებული სარკასტულ-იუმორისტული მიმართულება აქვს, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში მათი ინფორმაცია აღიქმება როგორც რეალური ფაქტი; ამის საუკეთესო მაგალითია ბაკურ სვანიძის პორტალზე გამოქვეყნებული ინფორმაცია ალექსანდრე ჯეჯელავას განცხადების შესახებ. შემდეგმა ონლაინგამოცემებმა: tb24.ge-მ, საქართველო და მსოფლიომ, mpress.ge-მ, news.coa.ge-მ და www.geotimes.ge-მ აღნიშნული სტატიის ბოლოს მიუთითეს წყარო, მაგრამ არ აღნიშნეს, რომ ინფორმაცია იუმორისტული ხასიათის იყო, რასაც მკითხველი შეცდომაში შეჰყავდა.

- ახალ ამბავში სელექციურად შერჩეული ინფორმაცია – პირველწყაროს მიერ გავრცელებული ინფორმაციის დამახინჯება, ხელოვნურად, კონტექსტის გაუთვალისწინებლად ამოღებული ფრაზები, ფრაგმენტული ვიდეოები, შემოკლებული აუდიო ჩანაწერები და ა.შ; მაგალითად, სხვადასხვა მედიასაშუალებების მიერ გამოქვეყნებული ინფორმაცია, რომ თითქოს ადამიანის უფლებების დაცვის ევროპულმა სასამართლომ მიიღო გადაწყვეტილება, რომლის თანახმადაც, დამქირავებელს სრულიად შეუძლია გააკონტროლოს თანამშრომლის ელექტრონული მიმოწერა. ეს ყალბი ამბავი, რეალურად, კონტექსტის და სასამართლოში არსებული ფაქტობრივი გარემოებების აღწერის გარეშე გავრცელდა.

- ამბები, სადაც სიმართლე სადავო და რთული დასადგენია – ძნელად გამოძიებადი ფაქტები, რომლის შემოწმებაც აღემატება ინფორმაციის მიმღები სეგმენტის შესაძლებლობებს;

- არა ბოროტი განზრახვით გავრცელებული ცრუ ამბავი – ძირითადად რეკლამირებისთვის და გარკვეული ადგილების თუ კომპანიების პოპულარიზაციის

მიზნით შექმნილი ისტორიებია, რომელიც მაგალითად ტურისტების მოზიდვისთვის გამოიყენება.

როგორ ამოვიცნოთ ყალბი ამბავი?

იმისათვის, რომ ამოვიცნოთ ყალბი ამბავი, დასაწყისში აუცილებელია, კრიტიკულად შევხედოთ ინფორმაციას, რომელსაც სოციალურ თუ ტრადიციულ მედიაში ვპოულობთ. ამბის კრიტიკულად გააზრებისთვის კი გთავაზობთ შემდეგ რჩევებს:

- შევამოწმოთ წყარო - ყალბი ამბის აღმოსაჩენად აუცილებელია, შეამოწმოთ და მისამართი იმ ორგანიზაციისა თუ მედიასაშუალების, რომელიც ინფორმაციის წყაროს წარმოადგენს. თუ ინტერნეტ სივრცეში გავრცელებულ ამბავს იკვლევთ, გადაამოწმეთ ვებგვერდის მისამართი. ხშირია შემთხვევები, როდესაც ყალბი ამბის გამავრცელებელი სააგენტოები რეგისტრირდებიან სანდო მედია საშუალების სახელით, მაგალითად, abcnews.com.co; NBC.com.co, Times.com.mx. აღნიშნული ვებგვერდების მიზანია მკითხველი დააბნიოს და აფიქრებინოს თითქოს ისინი Times-ის, NBC-ის და სხვა მსგავსი ცნობილი მედიასაშუალების წარმომადგენლები არიან. Politifact.com-მა რომელიც ერთ-ერთი წამყვანი Fact-Check ორგანიზაციაა გამოაქვეყნა საეჭვო და შესაძლო ყალბი ამბების გამავრცელებელი სააგენტოების სია. შესაძლოა ქართულმა მედიასაშუალებამ ამ რომელიმე სააგენტოს ინფორმაცია გადმოთარგმნოს და ის გაასაღოს სანდო წყაროდ. წყაროს შემოწმებისას აუცილებლად მოძებნეთ მათზე ინფორმაცია Fact-Checking ორგანიზაციების ვებგვერდებზე, შესაძლოა, მათ უკვე იდენტიფიცირებული ქონდეთ ესა თუ ის სააგენტო ყალბი ამბების გავრცელებაში.
- პროვოკაციული სათაური - ინფორმაციული რევოლუციის ეპოქაში ძალიან ხშირად ადამიანები მხოლოდ სათაურს კითხულობენ. ყალბი ამბების გამარცელებელი სააგენტოები ხშირად პროვოკაციულ სათაურებს გვთავაზობენ. ისეც ხდება, რომ სათაური და სტატიაში აღწერილი ინფორმაცია შეიძლება სხვადასხვაც კი იყოს. შესაბამისად, თუკი მსგავსი ტიპის ინფორმაციას გადააწყდით, აუცილებლად წაიკითხეთ სრულად სტატია.
- შეამოწმეთ სტატიის ავტორი - აუცილებელია, შეამოწმოთ მითითებული აქვს თუ არა სტატიას ინფორმაცია ავტორის შესახებ. ხშირად, ყალბი ინფორმაციის გამავრცელებელი ორგანიზაციები არ უთითებენ ავტორს. თუ კი მითითებულია, მოძებნეთ მის შესახებ ინფორმაცია და დარწმუნდით რამდენად სანდო შეიძლება იყოს ავტორი. მოიძიეთ მისი სხვა სტატიები.
- წყაროს შესახებ ინფორმაცია - როგორც წესი, ყველა სანდო მედიასაშუალებას მითითებული აქვს „ჩვენს შესახებ“ და „კონტაქტის“ სექციაში ინფორმაცია. თუკი ინფორმაციის გამარცელებელი წყაროს ვებგვერდზე მსგავსი სექციები არ არსებობს,

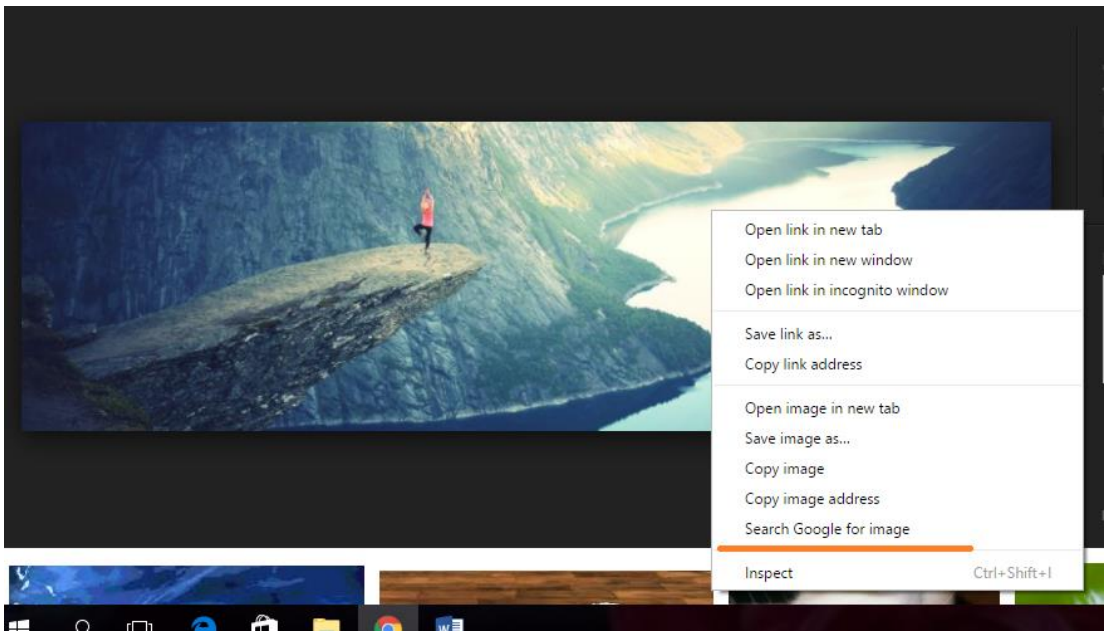
გარკვეული ეჭვები ჩნდება მათი სანდოობის მიმართ. თუკი მითითებული აქვთ ინფორმაცია, გაეცანით მათ. გადაამოწმეთ ყურადღებით, შესაძლოა სატირული სააგენტო იყოს და მათ მიერ გავრცელებული ინფორმაცია ხუმრობა აღმოჩნდეს სინამდვილეში. ასევე, ყურადღება მიაქციეთ ვებგვერდზე სარეკლამო ბანერების სიმრავლეს - ე.წ. pop-up-ების, ფლეშ ბანერების და სხვა სახის რეკლამებს.

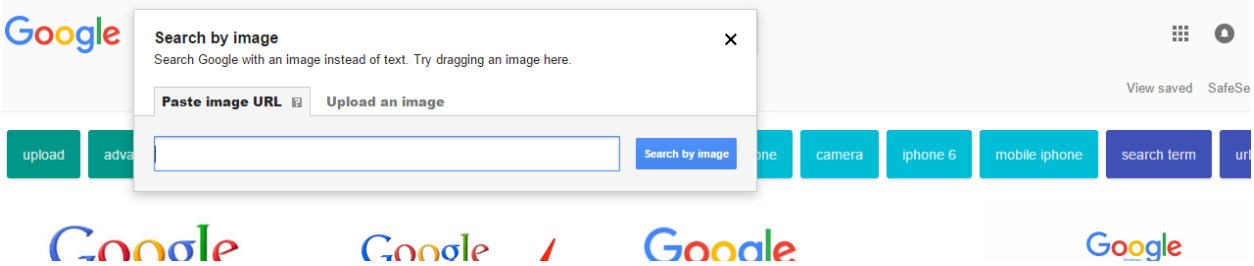
- შეისწავლეთ სტატია - სტატიაში გადაამოწმეთ რამდენად არის მითითებული თარიღი, წყაროები, ბმულები. როგორც წესი, ყალბი ამბის გამავრცელებელი ორგანიზაციები არ უთითებენ ამ ტიპის ინფორმაციას. ისინი იყენებენ ისეთ სიტყვებს, როგორებიცაა: „ექსპერტების თანახმად“, „მკვლევარების დასკვნით“, თუმცა არ გვისახელებენ პიროვნებებს და არ უთითებენ იმ კვლევას, რაზეც საუბრობენ.
- ალტერნატიული წყარო - აუციელებელია, ნებისმიერი ამბის გადამოწმებისას, მოძებნოთ ინფორმაციის ალტერნატიული წყაროები, მოიძიოთ რას იუწყებიან ამბავზე სხვა სანდო მედიასაშუალებები.
- თუკი თქვენ თავად არ გაქვთ დრო გადამოწმების, შეგიძლიათ გადამოწმებისათვის მიმართოთ იმ ორგანიზაციების, რომლებიც ფაქტების გადამოწმებით არიან დაკავებულნი.

როგორ ამოვიცნოთ ფოტო/ვიდეო მანიპულაცია?

გარდა ყალბი ამბებისა და სტატიებისა, რომლებსაც სხვადასხვა ონლაინ სააგენტოები, ბეჭდური თუ სხვა მედიასაშულებები აქვეყნებენ, ასევე საკმაოდ გავრცელებულია ფოტო მანიპულაციები, რომლებიც განსაკუთრებით მარტივად და ეფექტურად ვრცელდება სოციალურ ქსელებში.

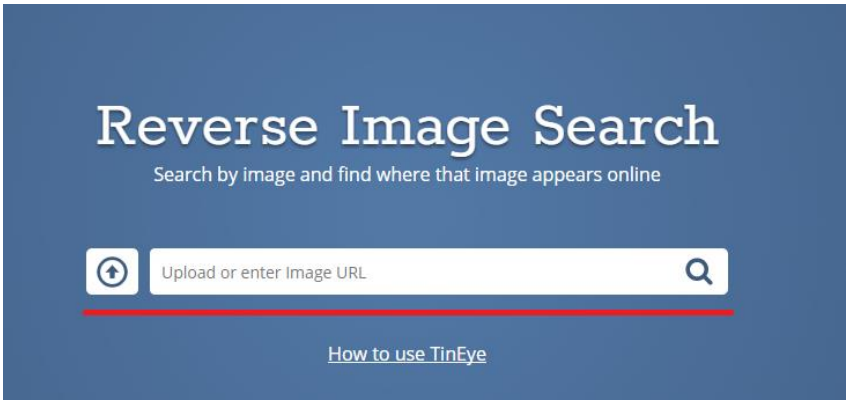
თუმცა, სინამდვილეში საკმაოდ მარტივია ფოტო მანიპულაციის გადამოწმება ფოტო-სურათის ID ან URL მისამართის დახმარებით. თუკი იყენებთ google chrome-ის ბრაუზერის მაუსის მარჯვენა ღილაკზე დაჭერით უნდა აირჩიოთ Search Google for image ან Google-ის საძიებო სისტემაში .





გარდა ამისა, შეგიძლიათ გამოიყენოთ შემდეგი ინსტრუმენტები:

- Tineye Reverse Image Search - აღნიშნულ ვებგვერდზე შეგვიძლია ფოტო მოვძებნოთ რამდნიმე ხერხით: 1) ავტვირთოთ ფოტო; 2) მოვძებნოთ ფოტო (ფოტოს) URL მისამართით.



- Who stole my pictures - შესაძლოა მივამაგროთ ჩვენს ბრაუზერს. აღნიშნული პროგრამა ფოტოს ეძებს Google-ის, Tineye-ის, Yandex-ის, და სხვ. სისტემებში[4].

ამ მეთოდებით თქვენ შეძლებთ, გადაამოწმოთ ფოტოს ორიგინალობა, ნახოთ დამუშავებულია თუ არა ფოტო ან აღწერს თუ არა ნამდვილად იმ მოვლენას, რაც ფოტოს აღწერაში იყო მითითებული.

გარდა ამისა, შესაძლოა, დაგვეხმაროს შემდეგი მეთოდები:

- ადგილმდებარეობის განსაზღვრა მნიშვნელოვანია. შესაძლოა ფოტოზე გამოსახული ადგილი სინამდვილეში არ შეესაბამებოდეს სიმართლეს. ფოტოს აღწერილობაში მოცემული ინფორმაციით შეგვიძლია მოვძებნოთ აღნიშნული ლოკაცია ქვემოთ მოცემულ რომელიმე საძიებო სისტემაში და შევადაროთ თუ კი ემთხვევა ფოტოს გამოსახულება რუკაზე მოცემულ ადგილმდებარეობას.
    - Google Maps
    - Wikimapia
    - Panoramio
    - Geofeedia
- ამინდის და მზის შუქის დადგენა მნიშვნელოვანია. შესაძლოა ფოტოზე მოცემული დრო და მზის მდებარეობა არ ემთხვეოდეს სინამდვილეში არსებულ მონაცემებს. ქვემოთ ჩამოთვლილი ინსტრუმენტებით შევძლებთ დავადგინოთ ამინდი და მზის მდებარეობა დროის ნებისმიერ მომენტში და ნებისმიერ ადგილას. თუ კი ეს მონაცემები არ დაემთხვა ფოტოს აღწერილობაში მოცემულ ინფორმაციას ან გამოსახულებას, სავარაუდოდ მანიპულაციასთან გვაქვს საქმე.
    - http://www.wolframalpha.com/
    - http://suncalc.net/#/41.7151,44.8271,11/2017.06.08/13:45

როგორ გადავამოწმოთ ვიდეო მანიპულაცია?

ვიდეო მანიპულაციის გადამოწმება რთულია, რადგან არ არსებობს ერთი მარტივი ძებნის სისტემა ან ინსტრუმენტი როგორც ეს ფოტო მანიპულაციის შემთხვევაშია.

იმის გამო, რომ სირიასა თუ უკრაინაში მიმდინარე კონფლიქტების შესახებ ხშირად ვრცელდებოდა ყალბი ვიდეოები, amnesty international-ის ბაზაზე შექმნილია მოქალაქეთა ლაბორატორია (Citizen Evidence Lab), რომელმაც შექმნა გარკვეული ინსტრუმენტები ვიდეოს ავთენტურობის შესამოწმებლად. მათ შორისაა, Youtube Data viewer, რომლის მეშვეობითაც

[4] სხვა საძიებო სისტემები სხვა შესაძლებლობები შეგიძლიათ იხილოთ შემდეგ ბმულზე: https://www.brainpickings.org/2010/10/01/best-image-search-tools/

შესაძლებელია ატვირთვისა და გამოქვეყნების თარიღების შემოწმება, ვიდეოდან ფოტო მასალის ამოჭრა და შემდეგ ფოტო მანიპულაციის მსგავსად მისი შემოწმება.

საძიებო ველში ბმულის ჩაწერის შემდეგ სისტემა გაწვდით თუ როდის აიტვირთა და როდის გამოქვეყნდა ვიდეო:

აღსანიშნავია, რომ YouTube-ზე ვიდეოს ატვირთვისა და გამოქვეყნების დრო მიეთითება ამერიკის, სან-ფრანცისკოს დროით, სადაც მდებარეობს YouTube-ის ცენტრალური ოფისი. თუ კი გადასამოწმებელი ვიდეო გადაღებულია სხვა სასაათე ზოლში, „ადგილობრივ დროზე გადაყვანის“ ღილაკის გამოყენებით, შეგეძლებათ დაადგინოთ ატვირთვის დრო დედამიწის ნებისმიერ წერტილში.

Youtube Data Viewer-ის გამოყენების წესი შეგიძლიათ იხილოთ შემდეგ ბმულზე: https://goo.gl/JUjK9q

Citizen Evidence Lab ვიდეოს გადამოწმებისას გვირჩევს გავითვალისწინოთ და გამოვიყენოთ შემდეგი მეთოდები:

- ❖ ადგილმდებარეობის გადასამოწმებლად, ვიყენებთ Google Earth-ის აპლიკაციას. დაწვრილებით იხ. ბმული https://goo.gl/UVEh5n
- ✓ ვიდეოს გადამოწმებისას შესაძლოა ფოტოები ამოვჭრათ და ფოტო მოძებნით გავარკვიოთ ვიდეოს ავთენტურობა. YouTube Data Viewer-ის გარდა, შესაძლებელია, გამოვიყენოთ http://www.kinovea.org/;
- ✓ ვიდეოს გადამოწმებისას ადგილმდებარეობისა და დროის გადასამოწმებლად შესაძლოა გამოვიყენოთ აპლიკაციები, რომლებიც დაგვეხმარება განვსაზღვროთ ამინდი და მზის მდებარეობა. ამისათვის, ვიყენებთ
  - http://www.wolframalpha.com/
  - http://suncalc.net/#/41.7151,44.8271,11/2017.06.08/13:45
- ✓ ვიდეოს გადამოწმებისას უნდა გამოვიკვლიოთ ვიდეო ფრაგმენტია თუ სრული ვერსია. შესაძლოა კონტექსტი იყოს ამოჭრით დამახინჯებული;
- ✓ ვიდეოს გადამოწმებისას უნდა დავაკვირდეთ ვიდეოში გამოსახულ ყველა დეტალს: დრო (თუკი მითითებულია), ქუჩის სახელები, წარწერები, საგზაო ნიშნები, სხვ. შესაძლოა ამ დეტალებმა სიმართლის დადგენა გააადვილოს.

სხვა სასარგებლო ბმულები:

1. https://www.stopfake.org/en/how-to-identity-a-fake/
2. https://www.stopfake.org/en/13-online-tools-that-help-to-verify-the-authenticity-of-a-photo/

მედიის უფლებები და რეგულაციები, საერთაშორისო რეიტინგები

გამოხატვის თავისუფლება დაცულია ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის მე-10 მუხლით.

„ყველას აქვს უფლება გამოხატვის თავისუფლებაზე. ეს უფლება მოიცავს პირის თავისუფლებას, ჰქონდეს შეხედულებები, მიიღოს და გაავრცელოს ინფორმაცია და მოსაზრებები ხელისუფლების ჩარევის გარეშე და საზღვრების მიუხედავად.“

მე-10 მუხლი ასევე აწესებს გამოხატვისა და ინფორმაციის თავისუფლებაზე გარკვეულ შეზღუდვებს.

- შეზღუდვები, რომელთა დანიშნულებაა საზოგადოებრივი ინტერესების (ეროვნული უშიშროების, ტერიტორიული მთლიანობის, საზოგადოებრივი უსაფრთხოების, უწესრიგობის ან დანაშაულის თავიდან აცილების, ჯანმრთელობის ან ზნეობის) დაცვა;
- შეზღუდვები, რომელთა დანიშნულებაა სხვა პირად უფლებათა დაცვა (სხვათა რეპუტაციის ან უფლებათა დაცვა, საიდუმლო ინფორმაციის გამჟღავნების თავიდან აცილება);
- შეზღუდვები, რომლებიც აუცილებელია სასამართლო ხელისუფლების ავტორიტეტისა და მიუკერძოებლობის შენარჩუნებისათვის.

მედიის სარედაქციო დამოუკიდებლობა და გამოხატვის თავისუფლება დაცულია საქართველოს კანონით „სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლების შესახებ“.

ჟურნალისტთა ქცევის პრინიპები განსაზღვრულია „ჟურნალისტთა საერთაშორისო ფედერაციის დეკლარაციით“.

ჟურნალისტის მიერ სერიოზულ პროფესიულ დარღვევად მიიჩნევა:

- პლაგიატი;
- განზრახ შეცდომაში შეყვანა;
- ცილისწამება და დაუსაბუთებელი ბრალდებები;
- ინფორმაციის გამოქვეყნების ან ჩახშობის სანაცვლოდ ნებისმიერი ფორმით ქრთამის აღება.

ჟურნალისტთა ქცევის პრინციპები, ასევე განსაზღვრულია საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ.

International Fact-Checking Network (IFCN)

საერთაშორისო Fact-Cheking-ის ქსელის წევრი არის 25 ორგანიზაცია, მათ შორის www.factcheck.ge. საერთაშორისო ფატჩეკერთა ქცევის კოდექსი ხელმომწერებს ავალდებულებს უზრუნველყონ:

- მიუკერძოებლობა და სამართლიანობა;
- წყაროების გამჭვირვალობა;
- ფინანასების გამჭვირვალობა;
- მეთოდოლოგიის გამჭვირვალობა;
- შეცდომების აღიარება და ინფორმაციის კორექტირება;

მედიის თავისუფლების ინდექსი

მედიის თავისუფლების ინდექსს იკვლევს საერთაშორისო ორგანიზაციები: რეპორტიორები საზღვრებს გარეშე და Freedom House. ისინი მედიაგარემოს მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში აკვირდებიან.

Freedom House-ის ანგარიშები მედიის თავისუფლებაზე.

რეპორტიორები საზღვრებს გარეშე - ქვეყნების რეიტინგი, მედიის თავისუფლების ინდექსი.

გამოყენებული ლიტერატურა

Spivak C. (2010). The Fact-Checking Explosion. American Journal Review. (ხელმისაწვდომია: http://ajrarchive.org/Article.asp?id=4980);

Dobbs M. (2012). The Rise of Political Fact-checking - How Reagan Inspired a Journalistic Movement: A Reporter's Eye View. New America Foundation, www.newamerica.net;

Graves L. (2013). Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News;

Brown N. (2014). 5 'essential understandings' of the fact-checking movement. PolitiFact.com. (ხელმისაწვდომია: http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/jun/18/5-essential-understandings-fact-checking-movement/);

Kessler G. (2014). The global boom in political fact checking. The Washington Post. (ხელმისაწვდომია: http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/wp/2014/06/13/the-global-boom-in-fact-checking/);

Nyhan B., Reifler J. (2014). The Effect of Fact-checking on Elites: A field experiment on U.S. state legislators. (ხელმისაწვდომია: http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fact-checking-elites.pdf);

Stengel M. (2015). How fact-checking journalism is changing politics. American Press Institute. (ხელმისაწვდომია: http://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/fact-checking-journalism-changing-politics/);

Kessler G. (2015). Just the Facts – Politics and the New Journalism. Foreign Affairs. (ხელმისაწვდომია: https://www.foreignaffairs.com/articles/2014-01-06/just-facts);

Graves L., Nyhan B., Reifler J. (2015). The Diffusion of Fact-checking – Understending the growth of a journalistic innovation. American Press Institute. (ხელმისაწვდომია: http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/The-Growth-of-Fact-Checking.pdf);

Amazeen M. A., Thorson E., Muddiman A., Graves L. (2015). A Comparison of Correction Formats: The Effectiveness and Effects of Rating Scale versus Contextual Corrections on Misinformation. American Press Institute. (ხელმისაწვდომია: http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/The-Effectiveness-of-Rating-Scales.pdf);

Nyhan B., Reifler J. (2015). Estimating Fact-checking's Effects – Evidence from a long-term experiment during campaign 2014. American Press Institute. (ხელმისაწვდომია: http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Effect.pdf);

www.PolitiFact.com;

www.FactCheck.ge;

Kristen Hare. (2014). Tips from a fact-checker: 'Ultimately it's about the care that you take with a piece'. (ხელმისაწვდომია: https://www.poynter.org/news/tips-fact-checker-ultimately-its-about-care-you-take-piece);

American Press Institute. GUIDELINES and INSTRUCTIONS FOR PRODUCING FACT CHECKS: A newsroom model.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი. 2016. ღია მონაცემების მნიშვნელობა https://www.weforum.org/agenda/2016/02/the-importance-of-open-data

ღია მონაცემების სახელმძღვანელო http://opendatahandbook.org/guide/en/what-is-open-data/

მონაცემების ჟურნალისტიკის სახელმძღვანელო http://www.odecanet.org/wp-content/uploads/2016/10/Module-1-UNDP-student.pdf

დანართი 1.

საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვის წერილობითი ფორმა

17. 10. 2017.

საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს

საჯარო ინფორმაციის გაცემაზე პასუხისმგებელ პირს

ბატონო/ქალბატონო,

„საქართველოს ზოგადი ადმინისტრაციული კოდექსის“ 37-ე მუხლის თანახმად, ამავე კოდექსის მე-40 მუხლით დადგენილ ვადებში, გთხოვთ მოგვაწოდოთ შემდეგი სახის საჯარო ინფორმაცია:

- აჭარის ა/რ მუნიციპალიტეტების მიხედვით, სამშენებლო ან სხვა სამუშაოების წარმოებისას დასაქმებულთა დაშავებისა და დაღუპვის რამდენ შემთხვევაზე აღიძრა სისხლის სამართლის საქმე უსაფრთხოების წესის დარღვევის მუხლით, ასევე, რამდენ შემთხვევაში და რა სახის პასუხისმგებლობა დაეკისრა დამქირავებელს. გთხოვთ, ეს ინფორმაცია მოგვაწოდოთ 2012-2017 წლების მიხედვით, ბათუმისა და სხვა მუნიციპალიტეტების მონაცემების მითითებით. ასევე, დაშავებულთა და დაღუპულთა მაჩვენებლები მიუთითეთ ცალ-ცალკე.

გთხოვთ, ინფორმაცია მოგვაწოდოთ ელექტრონული ფორმით, მითითებულ მისამართზე.

პატივისცემით,

მისამართი

ტელ

ელ. ფოსტა