Інформаційна кампанія “По той бік новин”

Інформаційна кампанія “По той бік новин” – складова проекту “re:start демократичний дискурс”, який ми втілили разом з німецьким Центром свободи ЗМІ (ECPMF, Лейпціг) за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини.

Слоган: Я не вірю на слово

Старт кампанії – 1 серпня 2018 року

За півроку ми:

- спростували понад 40 фейків та маніпуляцій
- розповіли про технології впливу та як їм протистояти у понад 40 статтях
- про нас написали і розказали (або нашими антифейками поділилися) понад 80 ЗМІ
- понад 1 600 000 користувачів побачили матеріали нашої фейсбук-сторінки
- розробили і опублікували понад 20 інфографік
- взяли участь у понад 10 радіоефірах
- долучилися до понад 30 заходів (гостьові лекцій у масових онлайн-курсах, тренінгів та відкритих заходів для школярів, студентів та широкої аудиторії по фактчекінгу та маніпуляціях, професійні дискусії)

Експеримент із кульовими блискавками

У серпні 2018 року в рамках інформаційної кампанії «По той бік новин» провели експеримент. На редакційні електронні адреси Донецької, Луганської, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей розіслали прес-реліз із фейковим інформаційним приводом. Мовляв, експерти такої собі Всесвітньої організації управління океану та атмосфери прогнозують появу в цих регіонах кульових блискавок.

За 5 годин цю інформацію поширили понад 70 ЗМІ. За 7 годин вона вийшла із регіонального рівня на всеукраїнський. Наступного дня сюжет вийшов у підсумковому випуску ТСН на 1+1. Загалом цю інформацію поширили понад 200 ЗМІ по всій Україні, отримав широке обговорення у соціальних мережах, а відео телеканалів тільки в інтернеті подивилися більше 450 тисяч користувачів.

Те, що це фейк, одразу зрозуміли журналісти видання «Бахмут вечірні» і опублікували цю інформацію на своєму ресурсі. Коментар Укргідрометцентру взяли журналісти видання «Таврийские вести» та інформаційної агенції УНН. Проте спростування поширили близько 10 ЗМІ та кілька груп у соціальних мережах.

Через два тижні після того, як хвиля поширення фейку закінчилася, ми описали цей експеримент. Матеріал поширили понад 10 ЗМІ та більше 4000 користувачів у фейсбуці. Також він ввійшов в трійку найбільш читабельних на профільному ресурсі «Детектор медіа».

За його проведення редакторка кампанії «По той бік новин» отримала найпрестижнішу піар-нагороду в громадському секторі «Піранья року».