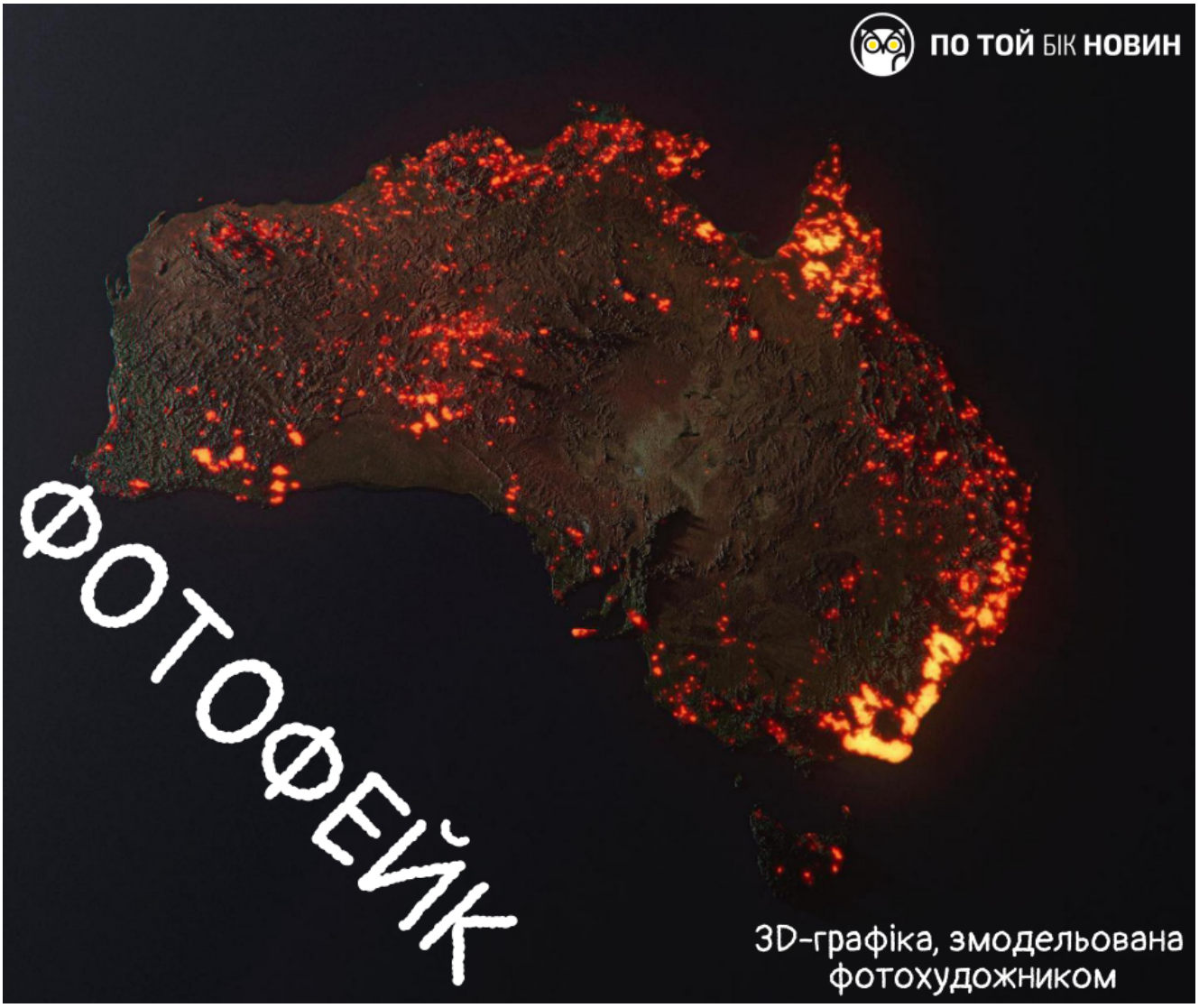
Пожежі в Австралії: що правда, а що брехня



Напевно всі бачили вражаючі фото з космосу – Австралія у вогні. І це, дійсно, так. Але деякі особливо вірусні зображення, які приписують NASA – підробка. На одних знімках палає весь континент, на інших геть апокаліптична картина – вся суша перетворилася на спопелілий корж. Насправді це 3D-графіка фотохудожника.

Цим спростуванням ми в жодному разі не хочемо применшити масштаби катастрофи. Полум'я охопило мільйони гектарів лісів, десятки людей загинули, заживо згорілі тварини не піддаються ліку. Дим від бурхливих вогнів подолав над Тихим океаном близько 11 000 кілометрів, досягнувши Чилі в Південній

Америці http://bit.ly/2T2mSlQ

Що не так із фото?

Фото континента-коржа вперше з’явилося на сторінці фотохудожника Ентоні Герсі з Брісбена, Австралія http://bit.ly/2ZVZbwS Він змоделював цю картинку на основі даних FIRMS NASA (супутникові дані щодо пожеж) за період від 12 грудня минулого року до п’ятого січня цьогоріч. На ній зображені райони, що постраждали від бурхливих пожеж https://go.nasa.gov/2Qwdoxh

«Шкала трохи перебільшена через відблиски, але, як правило, відповідає інформації з вебсайту NASA. Також зауважте, що НЕ всі області все ще горять, і це компіляція», — пояснив Герсі.

Якщо говорити про зображення, на якому видно майже цілу півкулю з виразною червоною плямою Австралії, тут слід зауважити на кут зору. Дуже складно помістити в один кадр одразу стільки Землі. Для цього потрібно відлетіти ледь не до Місяця. Міжнародна космічна станція занизько (близько 340 кілометрів), щоб такий шмат території вліз в поле зору камери. Тож, швидше за все, це симуляція або монтаж.

Що стосується кольорів — вони не схожі на природні. Якби там все було таке суцільно-палаюче, все б щільно затягло димом. Відтак, зображення було б сіре, але аж ніяк не червоне. Власне так і виглядає справжнє зображення NASA https://go.nasa.gov/37H6Gub, http://bit.ly/2N2VTCM

Очевидно, ці картинки зроблені для унаочнення масштабів катастрофи. Але не дуже коректно. Приблизно такою червоною може бути хіба що ілюстрація теплової хвилі, що накрила Австралію (див. фото в коментарях). Вірусні фото радше б’ють на емоції: в одних викликають паніку, в інших — співчуття. Мабуть, не випадково фотохудожник під своїм дописом дає посилання на сайт, де можна зробити пожертви на користь природоохоронних організацій.

Фейсбук на варті

Нині фейсбук маркує зображення палаючого континента в усіх дописах як «Неправдива фотографія. Перевірено незалежними контролерами фактів». Художник Ентоні Герсі теж схаменувся. Запевняє, що не збирався вводити в оману людей. Глобальна фальсифікація, за його словами, сталася не через його допис, а через користувачів, які поширили його картинку з підписом «Це фотографія NASA».
«Я й подумати не міг, що моя картинка стане вірусною», — зізнається Герсі.

Мапи пожеж

Сервіси, за допомогою яких можна відслідкувати пожежі наживо:
1. NASA https://go.nasa.gov/2Fpw5wr
2. MyFireWatch (результат наукової співпраці між Лендґейтом та Університетом Едіта Кована в Австралії) http://bit.ly/300bmsu
3. Добровільна пожежна служба The NSW Rural Fire Service http://bit.ly/2s1gHDe
4. Мапа максимального пожежонебезпечного індексу від Метеорологічного бюро Австралії http://bit.ly/2N3pDiO

Список україномовних ютуб-каналів



1. Alex_D20 http://bit.ly/37vwjOI
Стріми українською мовою, відео комп’ютерних ігор, проходження, огляди.

2. PlayStation Ukraine http://bit.ly/36lC0gS
Навіщо українська мова в іграх? Чому люди вирішують робити українську локалізацію? Що це їм дає? Це більше патріотично чи бізнесово? З якими труднощами стикаються локалізатори? Що потрібно, аби українська локалізація була в кожній грі? На ці та інші питання шукають відповіді автори каналу.

Різне і цікаве

1. Зупини лося http://bit.ly/2RF7Pfc
У вас завищене почуття справедливості? Тоді вам сюди. Мета проєкту – підвищити культуру на українських дорогах. Автори каналу спортивні журналісти Костянтин Андріюк і Сергій

Болотніков знаходять водіїв-порушників і пояснюють їм ПДР, змушують дотримуватись правил і навіть провчають злісних порушників.

2. STERNENKO http://bit.ly/38tFbVr
Блог про українську політику та актуальні події в нашій країні. «Тут постійно відбувається щось незвичайне і часто абсурдне. Особливо в політиці. Тому я не можу мовчати і викладаю на цьому каналі відео зі свого життя та веду блог на політичну (і не тільки) тематику», – анонсує автор каналу Сергій Стерненко.

3. ШобШо? http://bit.ly/2RxonGd
Соціально-політичне гумористичне шоу про проблеми сучасного суспільства.

4. Кухонний Трьоп http://bit.ly/30F4QHZ
Не розумієте англійську, а зарубіжні програми подивитися хочеться? На цьому каналі безліч українських перекладів найрізноманітніших зарубіжних подкастів: лекції та інтерв'ю. Тут ви можете переглянути програми Джо Роґана, Джодана Пітерсона, Біла Бьора, Екгарта Толле та інших.

5. Ліричний кінолог http://bit.ly/36cuK7c
Перший український ютуб-канал про проблеми кінології. Автор – професійний кінолог та суддя Кінологічної спілки України з робочих якостей собак, його пес – справжній службовий собака. На каналі він навчає правильно будувати стосунки з домашніми тваринами.

6. Третя Паралель http://bit.ly/36eM4bJ
Канал для любителів коміксів і графічних романів. У програмі «Баляндаси» можна переглянути інтерв'ю з письменниками, перекладачами, видавцями та мальописцями.

7. Дядько Максим http://bit.ly/2v5mNDK
Перший україномовний канал, присвячений металообробці. WHF, запитаєте ви? Значить, ви не бачили, які черги за автографом збирає Дядько Максим.

8. ISLND TV http://bit.ly/2RFCCbM
На каналі безліч проєктів на будь-який смак. Є Агенство Медійної Безпеки, що розбирає роботу журналістів, політиків, аналізує інформпростір України загалом. Є Лекторій, програми класичної музики та про здоров’я, проєкт Рагулі про агресивний несмак українського бомонду і не тільки.

9. ТиДиви https://tydyvy.com/
Набридло, що ютуб укотре пропонує переглянути російськомовні відео чи музику? ТиДиви вирішить цю проблему. Це агрегатор виключно україномовного відео з просторів ютубу.

10. MariAm Blog http://bit.ly/2GgInrq
Огляди коміксів, фільмів та інтерв’ю з цікавими творчими людьми. Авторка Мар’яна Янкевич.

11. Корейці на човні http://bit.ly/37iQKha
Корейці знімають відео про Україну.

Ми пропустили якийсь з україновомвних ютуб-каналів, який ви дивитеся? Пишіть в коментарях!

UPD: Оновлення з коментарів:

1. Канал Українського інституту національної пам’яті http://bit.ly/2NQ1b4V
2. імені Т.Г. Шевченка http://bit.ly/2GdGoUD
Тут ви знайдете цікаві відео на тему історії України (УПА, ОУН, Козаки, Прапор, Герб, Гімн, Бандера, Шухевич, Міхновський, Атило, Сірко, Шевченко). Ведучі: Брати Капранови.
3. Ціна Держави http://bit.ly/30V9zpf
На цьому каналі розтлумачать бюджет так, що ви зрештою зрозумієте, куди діваються сплачені вами податки, і почали на це впливати.
4. Бабай http://bit.ly/36lmK3A
Проєкт, присвячений «темному» мистецтву. Жахи, трилер, нуар, дарк-фентезі, міфологія, криваві історії, містика – все це ви знайдете на нашому сайті.
5. Топ Школа http://bit.ly/2unlobl

На каналі викладаються авторські відеоуроки з математики, інформатики, фізики та астрономії з 2 по 11 клас. Автор – Олександр Борисович.
6. Огляд UA http://bit.ly/2RfWjYO
Канал на якому ви зможете побачити огляди різних ґаджетів, новини IT техніки, звіти з заходів, поради, що придбати, а від чого краще відмовитися.
7. Ньюспалм http://bit.ly/30I24BR
Антирейтинг фейків, маніпуляцій, ганьби, зради та фейспалмів із життя українських ЗМІ.
8. Телебачення Торонто https://www.youtube.com/user/uttoronto
Канал, що не потребує додаткової реклами. Але раз ви так наполегливо просите включити до збірки – ось, будь ласочка.
9. polyphonyproject.comhttp://bit.ly/36fIiP1
Профейсійні багатоголосі записи українських народних автентичних пісень.
10. Степан Процюк http://bit.ly/2TOpLGZ
Відеорозповіді «Письменник про письменників: українська література очима Степана Процюка».
11. Територія А http://bit.ly/2RKdroL
А ви знали, що Територія А досі існує? Так-так! Та сама – з Анжелікою Рудницькою. Тільки тепер на ютубі – регулярно з’являються нові та архівні відео.
12. Книга-мандрівка. Україна http://bit.ly/2unA4qY
Мультсеріал, заснований на реальних подіях, описаних в ілюстрованому виданні «Книга-мандрівка. Україна».

Друзі, кількість україномовних каналів, як виявилося, ледь не безмежна. За раз всі ваші пропозиції врахувати неможливо. Тож ми щогодини доповнюватимемо цей допис. Пропонуйте, слідкуйте!

Чорний піарник розповідає про свою роботу

Від “По той бік новин”: Нам вдалося поспілкуватися з людиною, яка займається інформаційними атаками. Віталій одразу попереджає, що відповідатиме ухильно. «Зрозумій, є такі речі, за які вбивають», — пояснює він. Тому просить змінити його ім’я. Хоча навіть так побоюється, що його впізнають — надто вузьке фахове коло. Протягом інтерв’ю Віталій кілька разів просить вимкнути диктофон. І вже не під запис із серцем на долоні розповідає — з прізвищами замовників і тих, проти кого працює, з назвами компаній та медіа. Але і без цього його анонімність виправдана змістом розмови.Про мораль«Це не переконання, це питання, що хтось своїми брудними яйцями вліз у мій дім»— *Тобі потрібні виправдання за свою роботу? Взагалі є якийсь «кодекс честі», «червоні лінії»?*— Підхід до медіа, який я зараз використовую — купівля, підкуп, використання жадібності — я не вважаю для себе великим гріхом. Це почалося задовго до мене. Тому мені не потрібні виправдання перед собою, у мене немає внутрішнього конфлікту з совістю. Я не сумніваюся в тому, що роблю і не вірю, коли хтось каже, що займається чисто піаром. Лицар у білих обладунках, який ніде, ніколи і ні за що не платить? Не вірю.Глибина моральної безодні, до якої я готовий спуститися — це розмістити позитивну новину в російських ЗМІ про людину, проти якої працюю. А тоді вкинути це в українські соціальні мережі, медіа. Щоб усі побачили, що людину хвалять в країні-агресорі. Таким чином навести на неї хвилю ненависті.— *Було таке, щоб ти відмовився від хорошого гонорару через свої переконання?*— Ні, такого не було.— *Навіть не пропонували?*— Торік мені запропонували попрацювати на людину з партії «За життя». Ця особа не була сепаром, навпаки — український державник, старий номенклатурник, україномовний патріот. Просто через певні обставини опинився в такій компанії. Я сказав, що цей клієнт для мене токсичний і назвав суму в п’ять разів більше

звичайного. Це такий увічливий спосіб відмови. Але клієнт мені сподобався. Гадаю, в цій партії він створював би проукраїнський баланс.Я працюю так, аби жертвою моєї роботи став конкретний покидьок. Це не моральність. Ми живемо в країні, в якій триває війна. Мені не дуже подобаються мої роботодавці. Якщо хтось когось замовляє, швидше за все — це також зло. Просто менше. Так чи інакше обидві сторони займаються корупцією. Але одні це роблять на нашому боці, інші — проти нас.— *Наприклад?*— Будівництво «Кримського мосту» — це частина агресії проти моєї країни. Тому компанія, що працює в Україні й водночас брала участь у цьому будівництві, прикриваючись україномовними спікерами, гаслами «Україна єдина» і повним пакетом необхідного піар-супроводу — мій ворог. У мене є нерухомість на окупованих територіях, друзі з Луганщини, які втратили все. Тому не можна сказати, що я працював суто за гроші. Але й не за переконання. Це питання того, що хтось своїми брудними яйцями вліз у мій дім. Моя знайома тижнями ревіла в слухавку після того, як не змогла поїхати на півострів поховати батька. Досі повертається почуття провини.— *У чому полягала твоя робота проти цієї компанії?*— Компанія оперує великими грішми й держзамовленнями. Щоб атакувати її і зробити токсичною в Україні, мені доводилося через третіх осіб вибудовувати ланцюги з різними медіа. Журналісти мусили ставити незручні питання чиновникам, чому вони працюють з компанією слизького походження, яка бере участь у провокаціях проти України. Десь я це стимулюю фінансами, щоб причетних згадали не зливні бачки, а серйозні медіа. Після цього держслужбовці вимушені виправдовуватися. Відтак їм легше скинути стосунки з цією компанією, аніж співпрацювати далі. Інакше й самі опиняться по вуха в лайні.Про ЗМІ«Є люди, в яких настільки близькі зв’язки з редакціями, що можуть запропонувати статтю за прайсом»

— *Є медіа, з якими неможливо домовитися?*— Я дивлюся на це інакше. Мені не цікаво, принципові журналісти чи ні. Медіа може бути принципове, але постійно «лажати». Для мене це

просто засоби комунікації. Якщо мені треба щоб загорілося в дупі впливових людей, зливний бачок не спрацює. Треба працювати одразу з серйозними ЗМІ. Професійний піарник враз розпізнає точку входу. Для цього є суто технічні засоби – моніторингові аґентства зі своїми алгоритмами. За 700-1000 гривень на місяць вони надсилатимуть замовникові сповіщення, щойно десь згадається його ім'я в заданому контексті. Ділінь!У мене багато знайомих в медіа, але я цим не користуюся, оскільки близькі зв'язки – це завжди можливість відмовитися. Тому я виходжу через налагоджені канали, в яких усе вирішують гроші. Є люди, що мають настільки міцні контакти з редакціями, що можуть просто запропонувати розміщення статті за прайсом. Скажімо, одна новина – $100. За негативну може бути в 2-3 рази більше. Мені, як правило, потрібна дуже якісна робота, тому я можу заплатити й до тисячі баксів. Але так, аби це спрацювало відмінно. Щоб новина піднялася, потрібен синхронний вкид – щоб засвітилася одночасно в багатьох медіа. Це вже буде коштувати кілька тисяч доларів.– *Це контакти на рівні журналіста, редактора чи топ-керівництва?*– Немає якогось знаменника. Скрізь по-різному. Є топові сайти, про які всі знають, у них дуже висока відвідуваність. І при цьому з ними дуже легко домовитися. І це не сайти-сміттярки.– *У журналіста, який ставив для тебе проплачену новину, потім бували проблеми?*– Якщо так випадково сталося, значить я випадково когось підставив. Я так не працюю. Якось у мене була неприємна ситуація, коли клієнт дуже сильно затягнув час. Редакція закінчувала роботу, в це чергування ми вже не встигали поставити текст. Я вибачився перед замовником, запевнив, що наша співпраця продовжиться. Після чого він спробував домовитися в обхід мене, почав виходити на керівництво видання, яке не було в курсі домовленостей. В цю мить я сказав, що якщо він зараз це зробить, я негайно почну робити йому неприємності.Про лідерів суспільної думки«Сімейний лікар з райцентру – ось лідер суспільної думки, а не якийсь блогер»– *Ефективніше працювати зі ЗМІ чи в соцмережах через лідерів суспільної думки?*– Блогери, лідери думок – це все особистості. Вони не будуть так працювати – насрімо на цього і підтримаймо

цього. Так вони втратять значну частину своїх читачів. Щонайбільше, що вони зроблять – акцентують на чомусь увагу. Така послуга коштує кілька сотень доларів за допис. Остаточна ціна залежить від кількості підписників, що це за авдиторія, з якою кількістю людей замовник проконтактує. Останнє визначається не за кількістю лайків (це вже давно не працює), а за реакціями – коментарі та поширення, які відображаються в стрічці інших користувачів.– *Як ти визначаєш, до якого саме «лідера» звернутися?*– Перед тим як почати співпрацю, я вивчаю кількість ботів серед підписників. Якщо не можу використати лідерів думок в соцмережах, у яких дуже виросло еґо або задорого просять, я застосовую різноманітні групи. Там значно менше реакцій, але кількість контактів захмарна. Для цього у мене є навіть фейковий профіль, через який я роблю необхідні «вкиди».Кажуть: ми живемо в віртуальному світі і слово лідера суспільної думки в фейсбуці для багатьох є визначальним. Насправді це не так. Сімейний лікар у своєму районі – ось лідер думок, а не якийсь блогер. Медіа просрали свою репутацію. Особливо ті, що посилаються на диванних експертів з 10-50 тисяч підписників, які висловлюють експертну думку «Все буде Україна», пишуть про зраду чи перемогу.Досягнення та провали«Грошей недостатньо. Потрібно по-справжньому ненавидіти людину, проти якої працюєш»– *У тебе були провали?*– Є такі дорогі речі, як поширення чуток. Моїм провалом була спроба використати цю схему у великому місті. Якщо в сільській місцевості, в регіонах це працює, то тут глухо. Люди індивідуалісти. Їм не цікаво слухати чужу думку. У них є своя. І те, що ти намагаєшся їм нав’язати – їм геть не цікаво.– *А як ти поширюєш необхідні чутки?*– Спочатку треба дослідити місцевість, отримати портрет мешканців: вік, зацікавлення, чим займаються, які болі, яким діалектом говорять. Потім знайти людей, які розумітимуть місцеві проблеми та інтереси. Це можуть бути швачки, бухгалтери, вчителі – люди найрізноманітніших професій. А далі за певною логістикою вони їздитимуть у транспорті парами і говоритимуть певні речі, щоб інші пасажири це чули.Цікаво, що в тролейбусах це не працює. Працює в автобусах, на автобусних станціях. Мотивовані грішми

особи починають розмову на потрібну їм тему, втягують в це сторонніх людей. Причому, якщо ми працюємо проти когось, грошей недостатньо. Вони повинні по-справжньому ненавидіти людину, про яку говорять.Якщо йдеться про певний округ, необхідно покрити всі маршрути на ньому. Це ефективно, але за умови, якщо користуватися цим не довше 2-3 місяців. Якщо люди почнуть їздити за одним і тим самим маршрутом, заводити ті самі балачки, це перестане працювати. Важлива логістика.— *Скільки це коштує?*— На все про все — щонайменше 30 тисяч доларів. Це якщо йдеться тільки про громадський транспорт. Якщо підключати таксі, буде значно дорожче. Працює це за схожою схемою: до таксистів підсідають наші люди і користуючись тим, що ті балаболи, починають «втирати» їм, що, наприклад, начальник району косоокий. А чому він такий? Бо в нього камера в оці і він все записує. Якусь напівправду, напівфакти. Таксисти це запам'ятовують як інсайд і починають поширювати серед своїх клієнтів.— *А кондуктор міг би поширювати такі чутки?*— Будь-яка людина може бути ефективною. У мене є дуже освічений знайомий, мало не кандидат наук. Але працює на заводі, стоїть 10 годин і збирає щось там руками. Просто тому, що не хоче викладати в школі. Тобто, кондуктор не обов'язково став кондуктором через те, що дурний. Але він пасажирів не тішить, правда ж? А тут необхідно створити певну атмосферу.— *Тож якщо таксист почне щось розповідати, цілком можливо — це результат твоєї праці?*— Якщо це невелике місто — можливо. Але якщо ми говоримо про якісь фантастичні речі, які живуть у головах таксистів, на кшталт пласкої землі, жидо-масонської змови — це реальна робота російської пропаганди, яка зацікавлена в тому, щоб засмітити людям мізки всілякою маячнею.— *Наскільки дієві чутки?*— У нас був випадок, коли ми на такій кампанії ліквідували людину, опустивши її підтримку виборцями на окрузі в три рази — з 60% до 20%. Але це не лишеавтобуси. Там була потужна провокація, відеозйомка, людина сильно осоромилася на всю свою цільову авдиторію. Тобто ми спровокували це, зняли, потім було залякування, і це спрацювало все в комплексі. Не можна сказати, що чутки були вирішальними. Ми розробили цілу стратегію.

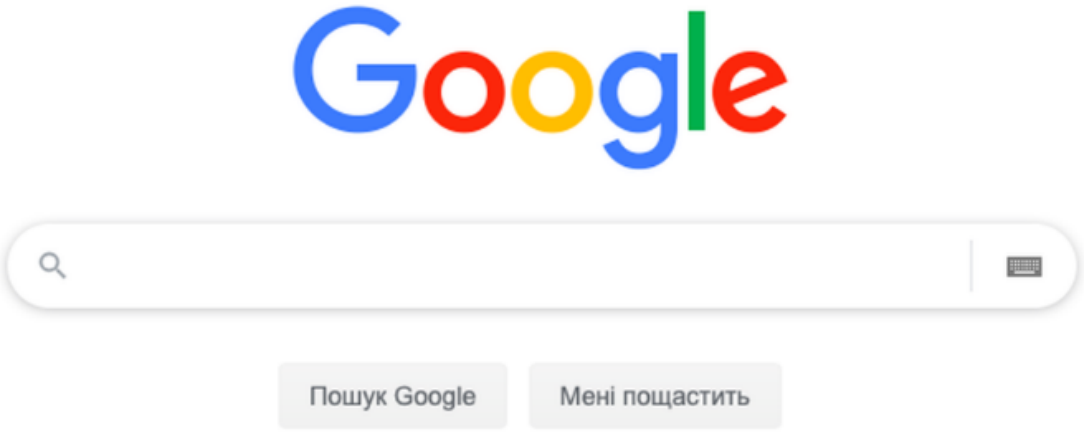
Законопорушення«Моя задача — дестабілізувати людину. Щоб вона помилялася або впала в депресію»— *Перерахуй проєкти, якими особливо пишаєшся.*— У двох із трьох випадків мені вдалося домогтися того, щоб певна особа не стала депутатом. При чому за одну з них протягом останніх 20 років виборці віддавали більшість голосів. Опонентом було так зване «нове обличчя» — геть порожня людина. М'яко кажучи — не проста задача. Частково спрацювала франшиза Зеленського. Але на цьому окрузі без нашої роботи не факт, що це сталося б.З одного боку, я радий, що вдалося жбурнути з Ради справжнього покидька. З іншого — чи пишаюся, що ми привели до влади порожнє місце? Ні, не пишаюся. Просто я розумію, що шкоди від нього буде значно менше, ніж від попередника.— *На що ти готовий піти заради мети?*— Був депутат-середнячок, який без кінця атакував певний холдинґ. Користуючись депутатськими повноваженнями, намагався зарейдирити. Холдинґ мені замовив його. Все що потрібно було — це залякати. Тоді саме на слуху були «кейси» зі вкидом людей в сміттєбак. Отож на всіх його зустрічах за ним ходили люди з баком. Вони не мали наміру кидати його туди, але ж він цього не знав, йому боязко і він тікав. Для його цільової авдиторії це виглядало жахливо. Враз уся харизма розсипалася.З бачками взагалі стрьомна історія. Я не користувався цим методом, бо дуже дорого — понад 25 тисяч баксів. Це пов'язано з тим, що це груповий організований напад на народного депутата. До того ж не просто нардепа, а впливову людину з охороною, яка сама по собі вміє викручуватися в кризових ситуаціях.Більш безпечна і доступна схема — це замовити групу молодиків, які підійдуть до депутата сфотографуватися. Вже перед спуском гачка вони розстібають куртки під якими футболки з нацистськими написами. Або якесь «славянскоє єдінство». Потім це вкидують в інтернет. І ти вже нічого не зробиш із цим.— *Твоя робота доводила кого-небудь до відчаю?*— Авжеж. Інколи складно вплинути на репутацію. Тож моя робота полягає в тому, щоб внутрішньо дестабілізувати людину. Щоб вона почала помилятися або заховалася, впала в депресію. Це може бути особистий компромат. Це не працює в площині масової комунікації, на

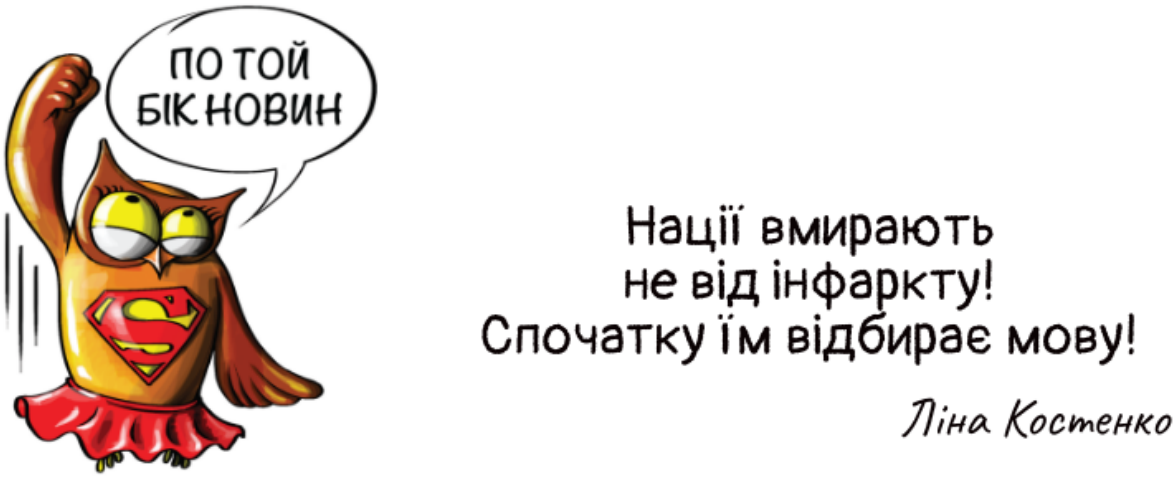
публіку. Якщо у людини коханка, якісь особливості сімейного життя або сексуальної орієнтації – українці ставляться до цього лояльно. А от саму людину, проти якої використовують такий компромат, це може дуже сильно похитнути і травмувати.Пошуком такої інформації займаються технічно підготовлені люди. Наприклад, мають коптери, якими готові пожертвувати – їх можуть збити. Або ж спеціальну оптику, яка дозволяє слідувати за машиною, вчасно змінюючись на перехрестях, щоб людина нічого не запідозрила. Таким чином замовник знає, за якими адресами їздить та чи інша особа. І це все не для медіа, зібрані дані просто передають людині проти якої працюють. Часто цього буває достатньо. В залежності від задачі, така послуга може коштувати до трьох тисяч доларів за день роботи.Маніпуляції та фейки«Фейкові новини не потрібно вигадувати, їх необхідно ініціювати. Журналістські стандарти – це речі, які можна використовувати в своїх цілях»– *Ти маніпулюєш людьми?*– Постійно. Скажімо, ти чітко позиціонуєш себе, як патріот. Інколи я користуюся такими емоціями, аби вирішувати свої задачі. Якось працював у регіоні, де національно орієнтованих людей використовують як опудало. Часто це особи з певною формою психічної патології і якнайменше – з ефектом Данінґа – Крюґера. Люди несуть таку маячню, а головне зі впевненим виглядом. Я з ними просто домовлявся, давав гроші, за це вони влаштовували щиросердну акцію-пікет проти мого замовника. Таким чином у нього на контрасті зростав рейтинг.Це і є справжній фейк. Коли ти вкидуєш у ЗМІ вигадану новину, це вже не працює, не справляє на людей жодного враження. На них діють ті речі, які вони бачать і з якими особисто контактують. Тому новини не потрібно вигадувати, їх необхідно ініціювати.– *Як не стати жертвою твоєї роботи?*– Ми всі купуємося на ті чи інші новини, підібрані для нас алгоритмами або на розсуд якоїсь редакції. Фейсбук і гугл показують те, що ми раніше шукали, журналісти дивляться на відвідуваність або читабельність тем. Вони нам кажуть, що ось цей чиновник проколовся, що він корупціонер – про це і розслідують. А ось про іншого вони не показують. Бо він тихий, акуратний, вміє вигрібати з кризових ситуацій або

має толкового контрпіарника. Так чи інакше нам на очі потрапляють новини за чиїмось суб’єктивним вибором. Інколи це супроводжується суб’єктивної оцінкою. І всі ми потрапляємо під вплив цієї інформації.Я це знаю, тому стараюсь показати позиції всіх зацікавлених сторін. Наприклад, ми умовно когось обвинувачуємо. Потім знаходимо опонента, даємо йому висловитися, але робимо це недолуго. Ніби й дали слово, але маніпулятивно представили. Інколи для ускладнення маніпуляцій показуємо ще якусь третю сторону. В кожному разі у виграші лишається мій замовник.Так звані журналістські стандарти – це речі, якими можна керувати, з якими можна працювати й використовувати в своїх цілях. Щонайменше в тій частині, яку саме новину ви читаєте.– *Тобі подобається те, чим займаєшся?*– Так, ця робота хороша, цікава. Нетипова.*Спілкувався Сергій Одаренко*

Флешмоб #гугли_українською. Приєднуйтеся!

#ГУГЛИ_УКРАЇНСЬКОЮ





Друзі і підписники, є ідея – треба ваша підтримка.

Вчора ми написали про пошукові тренди в гуглі – і так, там мракобісся, бо гуглять багато лайна. А ще – вчора Путін на своїй прес-конференції заявив, що все Причорномор'я і східна частина України – це споконвічно російські території, і тепер РФ з цим розбирається.

Мова – це те, що нас вирізняє і дуже чітко ідентифікує. Гляньте на Білорусь – втрачена мова коштує дуже дорого. А давайте поширимо культуру шукати українською. Навіть, якщо в житті ви послуговуєтеся російською.

Що ми пропонуємо? Все просто: ми щодня користуємося гуглом, щодня щось шукаємо (який подарунок краще обрати, де купити ялинку, походження назви Україна, чому говорять, що коли в Київська Русь процвітала, то в москві жаби квакали і тд). Алгоритм дій такий: коли котре щось нагуглите (звісно, українською), поділіться знайденою інформацією на своїй фб-сторінці або в інстаграм профілі. Формат – довільний – це може бути одне-два речення, а може бути – велике пояснення. Обов'язково поставте хештег #гугли_українською і передайте естафету трьом своїм друзям. Усіма запитами ми ділитимемося у наших сторіз в інстаграмі та фейсбуці (тому затегайте По той бік новин, щоб ми вас точно знайшли).

Під кінець тижня ми зберемо найцікавіші пошукові запити у великий пост «А чи знаєте ви…» з лінками на ваші сторінки.

Поширюємо цей пост і гуглимо українською!

НАША МОВА приєднуйтеся!

Додаток "Фейкогриз", який допамагає боротися з брехнею

Друзі, дякуємо, що пишете нам і повідомляєте про фейки. Особлива подяка за мракобісся з чатиків у вайбері – бо туди нам важко дістатися. На жаль, ми не завжди встигаємо перевірити кожну новину, але! Наші колеги із Texty.org.ua розробили крутий додаток Фейкогриз, який допамагає боротися з брехнею. Він працює на основі штучного інтелекту і цілодобово повідомляє користувачам про маніпуляції та дезінформацію в новинах https://fgz.texty.org/



Як це працює?

Фейкогриз надсилає попередження «Підозрілий матеріал», якщо спрацював класифікатор маніпулятивних новин. Для цього використовується інформація від інших фактчекерських організацій. Наприклад, якщо зайти на сайт «Страна.ua» або Znaj.ua», вгорі з’явиться попередження – маніпулятивний сайт. Позначки також генерує нейромережа, яку «Тексти» тренували на тисячах маніпулятивних новин.

Як допомогти Фейкогризу?

Штучний інтелект – це добре, але повністю людський мозок ще ніхто не зміг замінити. Тож Фейкогриз потребує наших з вами підказок. Гайда допомагати цьому привітному зубастику разом. Для цього потрібно:

1. Зареєструйтеся на сайті – це можна зробити через профіль facebook, google або telegram.
2. Встановіть однойменне розширення – поки що воно доступне для google chrome http://bit.ly/2Q1f2Wu та Firefox https://mzl.la/2szZ0e4 Альтернатива – бот у телеграмі https://t.me/fakecrunch_bot
3. Ознайомтеся з інструкцією, як відрізняти справжні новини від брехні, маніпуляцій і напівправди http://bit.ly/2r5EsK2
4. Позначайте дезінформацію, яку бачите.

Останній пункт виконати дуже просто – коли ви встановили розширення, поруч з адресним рядком у вас з'явиться відповідний значок. Натискаєте на нього і вибираєте відповідну категорію: хибна аргументація, джинса, фейк, емоційна маніпуляція, ненадійне джерело. Можна також додати свій коментар або повідомити, що маніпуляцій немає http://bit.ly/2PtWbEc

Для чого це потрібно?

Усі ваші позначки Фейкогриз після модерації відображатиме іншим користувачам. Коли хтось із них завітає на сторінку, де ви виявили та позначили маніпуляцію, він їх про це сповістить. Ба більше – розробники використовують мітки користувачів для навчання робота-дезінфошукача, який сам знаходить підозрілі не-новини.

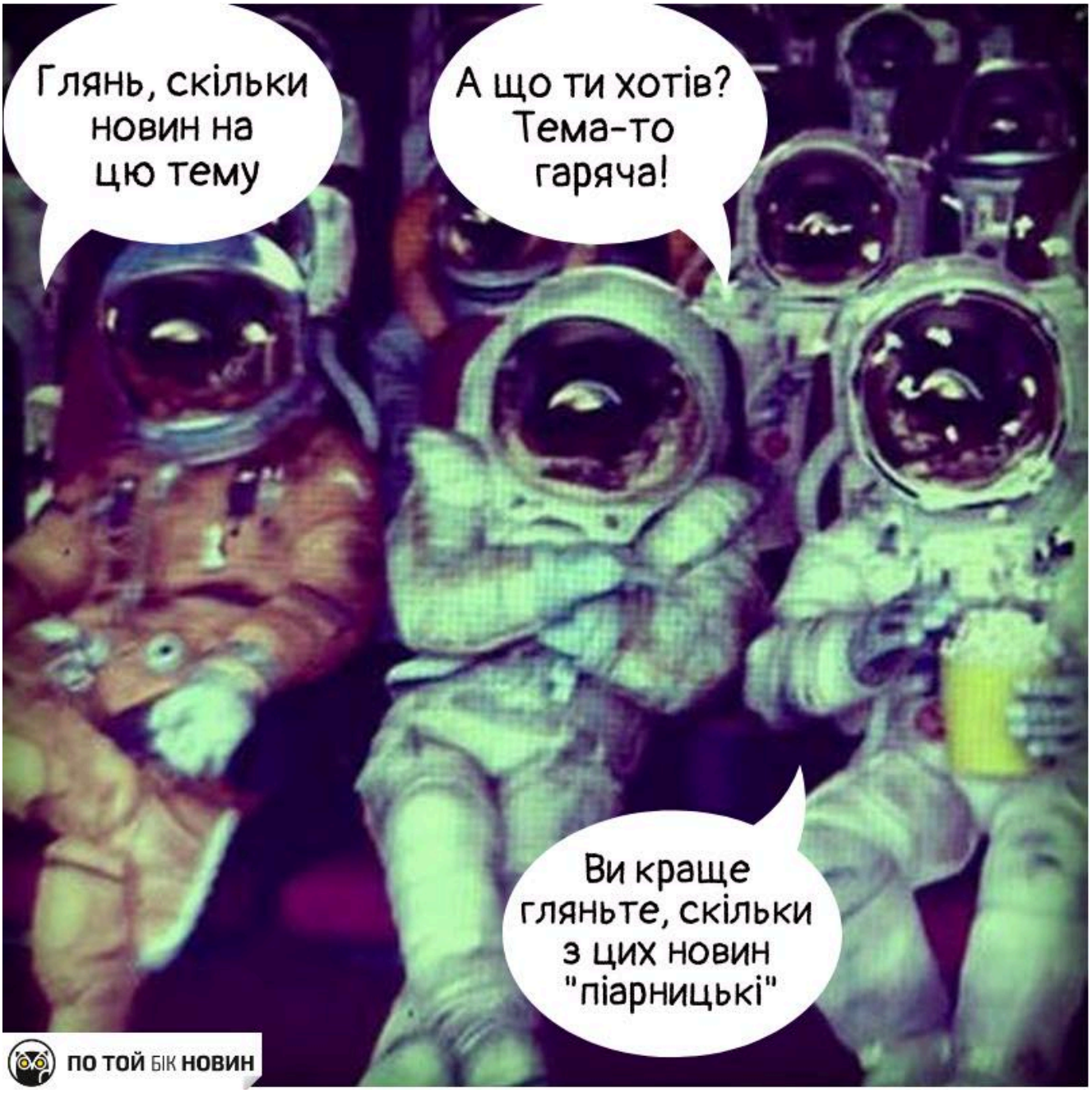
Чи можна довіряти Фейкогризу?

За даними розробників, точність класифікації «Фейкогриза» досягає 95%. Алгоритм має спеціальний захист від користувачів, які навмисне захочуть його заплутати, позначаючи якісні новини як маніпулятивні. Крім того, позначки для низки якісних сайтів постійно перевіряють вручну http://bit.ly/38Qt5X*atag*Позначити на світлині*pin*Под

Нав’язані інформаційні приводи

Розкажемо трохи цікавого:)

Є таке поняття “інформаційний привід” – щось важливе або значуще, що трапляється у суспільстві. Практично усі повідомлення в медіа можна поділити на два типи: тематичні (коли медіа цілеспрямовано висвітлює одну і ту ж тему з різних боків, в ретроспективі і тд) і новинні (ті, які щойно трапилися і про них треба обов’язково сказати, інакше – вони втратять свою актуальність).



Наприклад, ви дивитеся (краще – не треба) новинний випуск на одному із телеканалів, який вражає. Сюжет про дівчинку із дитбудинку і про життя у дитбудинках – це тематичний сюжет. Його можна показати сьогодні, завтра чи через тиждень – він цікавий і не втрачає своєї актуальності на відміну від іншої теми: якогось народного обранця застали за непристойною перепискою прямо таки на робочому місці. Це новинний сюжет, через два дні ця переписка буде уже мало кому цікава, бо виникне інший інформаційний привід. Тому новини – як гарячі пиріжки – поки теплі, доти смачні.

Одразу зазначимо, що інформаційні приводи є щодня. Так само як

щодня медіа приділяють увагу висвітленню тих чи інших подій. Це важливо, адже ми з вами повинні знати, що відбувається в світі. Для того, щоб ми мали достовірну інформацію, у журналістів є спеціальні стандарти, як висвітлювати теми. Наприклад, беземоційність, збалансованість, розмежування фактів та суджень, точність та правдивість інформації (насправді, тут багато дискусій ведеться, адже ще є стандарт оперативності, в гонитві за яким страждають навіть поважні медіа). Так от, якісні ЗМІ завжди стараються працювати відповідно до цих стандартів (так, помилки трапляються у всіх і це нормально. Важливо, щоб ЗМІ вміли їх визнавати і відповідно реагувати).

Але повернемося до тем, які висвітлюють медіа. Тут є цікава особливість. От згадайте будь-яку важливу тему або таку, що була на слуху певний час. Звісно, позови Портнова проти Порошенка або Ініціювання Росією обговорення мовного закону в ООН – мають значення і викликають резонанс. Є конкретний інформаційний привід. Його висвітлили, а далі починається найцікаваше. Кожен політик або експерт, які себе поважають, починають висловлюватися на цю тему. Давати контраверсійні позиції. Ці історії підхоплюють медіа і транслюють як новини. Частина цих повідомлень політиків або експертів – відверто піарницькі. Але журналісти не завжди відрізняють піарницьке походження теми. Особливо, коли потрібно поставити багато новин на сайт.

Взагалі тема може і виїденого яйця не коштувати, але завдяки вагомому спікеру можна запустити кілька інформаційних приводів, спровокувати обговорення, розігнати важливість через соціальні мережі і медіа про це напишуть. @Центр контент-аналізу провів цікаве дослідження, яке каже, що фактчекінг і стандарти ВВС ще не допомагають уникнути маніпуляцій. Журналісти і редактори мусять робити те, чого вони дуже не люблять робити: замислюватися про мотивації ньюзмейкерів.
Загалом, Організація дослідила, як “якісні” медіа реагують на відверто піарні теми, коли ньюзмейкери роблять видимість

активних дій, а журналісти цілком об’єктивно висвітлюють їх.

Висновки дослідження такі:
– коли достатньо вагомий ньюзмейкер запускає певну тему, йому достатньо генерувати якомога більше інфоприводів, а також провокувати своїх опонентів на відповіді – і порядок денний медіа, навіть якісних, буде зазнавати впливу;
– у більшості випадків видання самі не роблять висновків про те, що тему запущено для піару, і не пишуть про це в редакційному тексті;
– а от якщо хтось із учасників дискусії говорить про те, що тема – нікчемна, запущена лише для піару, то це твердження зазвичай поширюється добре;
– якісні або майже якісні медіа майже ніколи не нагадують про піарну природу теми в бекграундах повідомлень (це останні абзаци в новині, де лінки на попередні новини з цієї теми).

Нам з вами треба пам’ятати, що ми відповідаємо за ту інформацію, яку сприймаємо і яку поширюємо. Давайте щоразу ставити собі запитання:
– навіщо ініціатор новини зробив певну дію, про яку ми можемо тепер говорити?
– Чи не варто цю тему проігнорувати як таку, що не матиме жодних наслідків?

Читайте весь текст дослідження тут: http://bit.ly/37QgG5c

Програми шкіл блогерів та журналістів у Геніческу

24-31 липня 2019 року, м. Геніческ

Мета курсу – надати локальним журналістам та блогерам базові

знання та навички з ключових аспектів професійної діяльності медійників, а саме правових засад, етичних та професійних стандартів, цифрової безпеки, запобігання фейкам та маніпуляціям, методів збирання інформації з різних джерел та донесення її до споживачів.

Олег Хоменок – ведучий тренер курсу, старший радник з питань медіа Internews Network.

Людмила Панкратова – медіа-юристка. Опікується проектами з юридичної допомоги, навчальними проектами, а також проектами, пов’язаними з забезпеченням доступу до інформації. Надає юридичні консультації та захищає журналістів у судах, веде семінари та вебінари.

Інна Гадзинська – медіа-тренерка, менеджерка з комунікацій в ІРРП. Спеціалізація: моделі контенту, створення контенту, планування, оповідання історії, стандарти журналістики, редакторський потік.

Альона Романюк – редакторка інформаційної Кампанії з протидії маніпуляціям “По той бік новин”.

Любов Багацька – редакторка нових медіа телеканалу “Настоящее Время” (Прага, Чехія). Близько трьох років працювала SMM/web-редактором програми “Схеми: корупція в деталях” (спільний проект Радіо Свобода та каналу “UA:Перший”).

Ольга Юркова – журналістка, редакторка, медіа-тренерка. Спеціалізація – мультимедійна журналістика, використання нових медіа в роботі журналістів і редакторів, медіа менеджмент, журналістська етика, факт-чекінг. Має понад 10-річний досвід роботи у журналістиці. Редактор відділу “Донбас, Крим” у Медіа домі “Нова інформація”

Максим Луночкін – со-ініціатор ГО “Лабораторія цифрової безпеки”, що була створена з метою об’єднати зусилля в допомозі громадським організаціям та активістам знизити ризики та можливі наслідки загроз в цифровому світі. Надає

консультаційну та технічну IT підтримку правозахисникам та незалежним медіа, що працюють в Криму та на Сході України.

Школа журналістики для блогерів і громадянських активістів у Геніческу

Куратор школи – Інна Гадзинська

23.07 Заїзд учасників
24.07 Блог як медіа: кейси, ідеї, сторітелінг **Інна Гадзинська** 9.00 – 10.30 – Знайомство. Блог як медіа. Хто і як просуває свої ідеї в Україні. Суспільно значимі блогерські проекти в Україні: розбір кейсів. 10.30 – 11.00 – перерва на каву 11.00 – 12.30 – Гостьові спікери: Леонід Швець (політичний аналітик), Костянтин Андріюк (проект ЗупиниЛося). 12.30 – 13.30 – перерва на обід. 13.30 – 15.00 – Робота над власними проектами: аудиторія, ідеї, теми 15.00 – 15.30 – перерва на каву. 15.30 – 17.00 – Сторітелінг: як будувати історії для своєї аудиторії.

25.07 Правові основи роботи блогерів
Людмила Панкратова, адвокатка, медіа-юристка ІРРП

9.00 – 10.30 – Законодавство України, що регулює діяльність журналістів. Права та обов”язки блогерів та журналістів. Рекомендації блогерам.

10.30 – 11.00 – перерва на каву

11.00 – 12.30 – Право на збір інформації. Доступ до публічної інформації, інформаційні запити.

12.30 – 13.30 – перерва на обід.

13.30 – 15.00 – Правові основи фото- і відеозйомки, в тому числі прихованої.

15.00 – 15.30 – перерва на каву.

15.30 – 17.00 – Яку відповідальність несуть блогери в процесі своєї діяльності та за її результати: юридичний аспект

26.07 Медіа стандарти і блогерство
Інна Гадзинська, медіа-тренерка, редакторка, комунікаційниця (ІРРП)

9.00 – 10.30 Сторітелінг: як будувати історії для своєї аудиторії.
10.30 – 11.00 Перерва на каву.

11.00 – 12.30 Сучасні жанри і формати історій.

12.30 – 13.30 обідня перерва

13.30 – 15.00 Роль журналістів і блогерів в новій медіареальності. Журналістські стандарти в цифрову епоху: виклики і загрози. Маніпуляції, джинса та інші види порушень медіа-стандартів. Як їх розпізнавати та уникати.

15.00 – 15.30 Перерва на каву

15.30 – 17.00 Журналістська етика: що варто знати блогерам. Які етичні дилеми виникають і як їх можна вирішити? Етика поведінки блогерів і журналістів у соцмережах.

27.07 Основи цифрової безпеки.
Максим Луночкін, експерт з цифрової безпеки (Лабораторія цифрової безпеки)
9.00 – 10.30 – Знайомство. Що хочемо захищати та від чого? Збираємо найпоширеніші питання.
10.30 – 11.00 – перерва на каву.
11.00 – 12.30 – Способи викрадення інформації – фішинг, шкідливі вкладення та додатки. Захист онлайн акаунтів пошти та соц.мереж.
12.30 – 13.30 – перерва на обід.

13.30 – 15.00 – Месенджери. Розбираємо як працюють, які способи захисту від зламу.

15.00 – 15.30 – перерва на каву.

15.30 – 17.00 – Як вберегти інформацію на смартфоні, ноутбуці та інших пристроях.

28.07 Комунікація з аудиторією у соцмережах

Альона Романюк – медіа-тренерка, комунікаційниця, редакторка Фейсбук-сторінки “По той бік новин”

9:00 – 10:30 Знайомство. Розбір кейсу “По той бік новин” – історія успіху.

10:30-11:00 – Перерва на каву

11:00-12:30 – Стратегія просування у соцмережах, аналіз вільних ніш, вибір каналів комунікації та форматів. Робота з рекламним кабінетом у Фейсбуці.

12:30-13:30 – перерва на обід
13:30 – 15:00 – Як розвивати свій бренд на різних платформах та формулювати меседжі для різних аудиторій.

15:00-15:30 – перерва на каву

15:30-17:00 – Інструменти для створення мультимедійного контенту для соцмереж.

29.07 Як перевіряти інформацію в онлайні

Ольга Юркова – співзасновниця StopFake.org, медіа-експертка.

9.00 – 10.30 – Знайомство. Історія (успіху) StopFake: з чого все починалося, як працює сьогодні (ідея, аудиторія, механізми роботи).

10.30 – 11.00 – перерва на каву.

11.00 – 12.30 – Як працює російська пропаганда: ключові меседжі і теми.Основні інструменти і навички перевірки фактів (як перевірити фото, відео, заяву чи експертну думку, повідомлення іноземних медіа, оцінка надійності сайтів та інших джерел інформації.

12.30 – 13.30 – перерва на обід.

13.30 – 15.00 – Фактчекінг і верифікація інформації у соцмережах (перевірка акаунтів, пошук у соцмережах тощо).

15.00 – 15.30 – перерва на каву.

15.30 – 17.00 – Відкриті дані. Пошук інформації у відкритих базах даних та реєстрах України. Що і де можна знайти (Олег Хоменок)

30.07 Основи професійної фотозйомки, візуальний сторітелінг **Євген Малолетка – фотограф-фрілансер, що знімає для світових медіа в Україні (https://www.evgenymaloletka.com)** **9.00 – 10.30 – Знайомство. Основи професійної фотозйомки: правила, технічні прийоми, пристрої.** **10.30 – 11.00 – перерва на каву.** **11.00 – 12.30 – Як розказати історію за допомогою фотографій, як планувати ілюстрування матеріалів. Теорія.** **12.30 – 13.30 – перерва на обід.** **13.30 – 17.00 – Практика зйомки фоторепортажу (виїзд на зйомку).**
31.07 **Як знімати якісне відео. Основи редагування відео** **Євген Малолєтка** **9.00 – 10.30 – Основи професійної відеозйомки: прийоми, технічні моменти.** **10.30 – 11.00 – перерва на каву.** **11.00 – 12.30 – Як вибудувати історію за допомогою відео. Робота над власними сюжетами.** **12.30 – 13.30 – перерва на обід.** **13.30 – 15.00 – Основи відеомонтажу, інструменти. Продовження роботи над власними сюжетами.** **15.00 – 15.30 – перерва на каву.** **15.30 – 16.30 – Презентація власних сюжетів.** **16.30 – 17.00 – Підведення підсумків тренінгу.**
1.08 Від’їзд учасників

Школа журналістики регіональних журналістів у Геніческу

Куратор школи – Олег Хоменок

Дати	
24 липня	**Правові основи роботи журналіста. *Тренерка– Людмила Панкратова***
9.00-10.30	Знайомство, представлення програми, встановлення правил, очікування від тренінгу.
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Законодавство України, що регулює діяльність журналістів. Права та обов’язки журналістів
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Право журналістів на збір інформації. Право журналістів на проведення зйомки прихованими засобами. Правила проведення фото та відео зйомки
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Відповідальність журналістів. Відповідальність за перешкоджання журналістам.
25 липня	**Стандарти журналістики, етика. *Тренерка – Інна Гадзинська***
9.00-10.30	Медіастандарти в нову цифрову епоху. Як порушуються стандарти сьогодні?
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Маніпуляції в медіа. Засоби викривлення інформації.
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Журналістська етика.
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Журналіст і соцмережі.
26 липня	**Основи з цифрової безпеки. *Тренер – Максим Луночкін***
9.00-10.30	Що хочемо захищати та від чого? Схематичний огляд загроз.
10.30-11.00	Перерва на каву

11.00-12.30	Способи викрадення інформації – фішинг, шкідливі вкладення та додатки. Захист онлайн акаунтів пошти та соц.мереж. Що таке надійний пароль? Практичне налаштування двоетапної перевірки.
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Чи безпечно користуватись відкритим WiFi? Що безпечніше – мобільний зв’язок чи інтернет? Захист каналів зв’язку.
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Що таке захищений надійний пристрій. Як вберегти інформацію на пристрої? Захист від використання зловмисниками комп’ютера/смарт-пристрою.
27 липня	**Як збирати новини та писати якісні тексти. *Тренер – Олег Хоменок***
9.00-10.30	Цільова аудиторія: як її визначити та що робити з цим знанням?
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Практична вправа на формування новинної стрічки з урахуванням цільової аудиторії.
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Новини: наповнення та структура. Практична вправа на засвоєння структури новинних текстів.
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Як ми ілюструємо новини: типи ілюстрацій, правила і проблеми.Етичні дилеми ілюстрування новин.
28 липня	**Техніка інтерв’ю. *Тренер – Олег Хоменок***
9.00-10.30	Що відрізняє хороше інтерв’ю? Які бувають інтерв’ю?
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Підготовка до інтерв’ю, чому це важливо? Труднощі, пов’язані з інтерв’ю? Підготовка запитань до інтерв’ю.

12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Практичні вправи з техніки інтерв’ю.
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Опрацювання інтерв’ю в різних форматах. Від чого може залежати вибір формату? Чому і який формат варто обирати?
29 липня	**Просування журналістських матеріалів. Використання соціальних мереж. *Тренерка- Алена Романюк. Скайп – Люба Багацька.***
9.00-10.30	Як люди споживають медіа та журналістські матеріали?
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Інструменти вимірювання ефективності просування в мережі
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Практичні навички використання інструментів просування.
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Використання соціальних мереж для охоплення та залучення спільноти та аудиторії. *Скайп – Люба Багацька*
30 липня	**Відкриті дані в роботі журналіста. *Тренерка- Ольга Юркова***
9.00-10.30	Системи відкритих і публічних даних в Україні
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Пошук та отримання публічної інформації про осіб та компанії.
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Практичне користування системами даних
15.00-15.30	Перерва на каву

15.30-17.00	Навички аналізу отриманих даних та їх використання в роботі журналіста і публікаціях
31 липня	**Маніпуляції та дезінформація в медіа. Як перевіряти інформацію? *Тренерка – Ольга Юркова***
9.00-10.30	Як перевіряти фото, відео, тексти: принципи й інструменти. Оцінка надійності сайту як джерела інформації.
10.30-11.00	Перерва на каву
11.00-12.30	Перевірка контенту з соцмереж і його джерел. Ідентифікація тролів і ботів.
12.30-13.30	Обід
13.30-15.00	Практичне завдання. Світові тренди у фактчекінгу (що роблять гугл і соцмережі, щоб запобігти фейкам, як редакції вбудовують факт-чекінг у свою роботу)
15.00-15.30	Перерва на каву
15.30-17.00	Завершення тренінгу.

Медіаграмотність – людям: список переможців конкурсу та лінки на матеріали

Протягом жовтня-грудня 2018 року медійники у 8 регіонах України (здебільшого на півдні та сході) створили та оприлюднили 20 матеріалів, що допомагають читачам і глядачам розпізнавати маніпуляції, фейки та мислити критично.
Це були і роз’яснювальні статті на локальних і гіперлокальних інформаційних порталах, аналітичні матеріали у всеукраїнських медіа, відеосюжети місцевих блогерів та онлайн-квести на

вміння розпізнавати фейки.

Публікації усіх учасників проекту

- Галина Халимоник, Біляївка, Сім фейкових новин, які розповсюджували біляївці в соцмережах, Гра: а ви впізнаєте фейкову новину?

- Інна Юр’єва, Маріуполь Як медіа Ахметова борються з екоактивістами в Маріуполі
- Олег Батурін, Нова Каховка, Трохи правди і трохи повної брехні, плюс републікація

- Віктор Жих, Дніпро, Антиукраинские фейки в Германии: обвинение жертвы или гибридная война России
- Ольга Маштакова, Покровськ 30 способов проверить правдивость информации в интернете: инструкция для медиа
- Максим Красіков, Дніпро, Як маніпулюють кандидати у президенти 2019: 6 основних технологій
- Олена Єрмоленко, Покровськ, Что такое фейки и с чем их едят
- Валентина Троян, Київ-Луганськ, Новини окупаційних ЗМІ – чому і як їх варто читати
- Юрій Смола, Дніпро, Фейкові аккаунти у Фейсбуці: ознаки та правила виявлення
- Анжеліка Бабич, Бердянськ-Петропавлівка, Як не заблукати в потоці новин плюс републікація

- Євгенія Вірлич, Херсон, Не спішіть оплакувати Настю
- Валерія Вовк, Мелітополь, Где правда, а где вымысел: как отличить фейковую новость от настоящей

- Римма Заболотна, Краматорськ, Жителів Краматорська привчають до медіаграмотності і критичного мислення
- Юлія Кияшко, Запоріжжя, Я не вірю на слово https://youtu.be/yYQ-i_0a6Mw

- Оксана Мінчук, Кривий Ріг, Що таке джинса

- Тетяна Ціопкало (Кондрашевська), Дніпрорудне, Журналістський експеримент: я не вірю на слово
- Сватове.city, Топ-5 фейкових новин про вибухи на арсеналі зброї у Сватовому
- Попасна.City, Правда ли, что в Попасной отказываются лечить тех, кто не заключил декларацыю с врачом
- Волноваха.City, Чи правда у Волновасі неможливо подати документи на субсидію через черги
- Свои.City, Пройдите тест, чтобы определить, кто вы: разоблачитель или жертва фейков о Донбассе
- Торецьк.city 5 самых популярных фейков, которые распространили жители Торецка

Проект, перший етап якого завершився в грудні, ми втілюємо разом з німецькими партнерами – Європейським центром свободи преси та ЗМІ (ECPMF), м. Лейпциг, за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини.

Півроку проекту: наші досягнення

Десятки заходів, мільйонна аудиторія, десятки учасників (журналістів і блогерів), експеримент із кульовими блискавками та найпрестижніша піар-нагорода у громадському секторі “Піранья року” – це все про проект Re:start democratic discourse.

Проект спрямований на підвищення рівня медіаграмотності у південних та східних регіонах України, стартував у червні 2018

року (його тривалість – 6 місяців).

Мета проекту: зміцнення демократичного суспільства та створення ефективної довгострокової співпраці та комунікації між українським та німецьким медіа-секторами.

Проект мав три компоненти: інформаційну кампанію у соціальних мережах, проведення тренінгів для журналістів та блогерів та проведення серії навчальних заходів для населення.

Десятки заходів, мільйонна аудиторія, десятки учасників (журналістів і блогерів), експеримент із кульовими блискавками та найпрестижніша піар-нагорода у громадському секторі "Піранья року" – це все про проект Re:start democratic discourse.

Проект спрямований на підвищення рівня медіаграмотності у південних та східних регіонах України, стартував у червні 2018 року (його тривалість – 6 місяців).Мета проекту: зміцнення демократичного суспільства та створення ефективної довгострокової співпраці та комунікації між українським та німецьким медіа-секторами.

Проект мав три компоненти: інформаційну кампанію у соціальних мережах, проведення тренінгів для журналістів та блогерів та проведення серії навчальних заходів для населення.

Школа журналістики для професійних медійників та для блогерів відбулися у Бердянську 11-18 серпня 2018 року. У них взяли участь 16 журналістів та 15 блогерів із Запорізької, Дніпропетровської та Донецької областей.

Тренери школи: Олег Хоменок, Інна Гадзинська, Людмила Панкратова, Альона Романюк, Дарина Шевченко, Ольга Юркова,

Максим Луночкін.

На конкурс “Я не вірю на слово” ми отримали понад 70 матеріалів. 22 учасники отримали міні-гранти на виробництво матеріалів та менторську підтримку.

9 журналістів із Запорізької та Дніпропетровської областей, яких було відібрано після тренінгів для журналістів і блогерів влітку цього року, поїхали на тижневу навчальну поїздку до Німеччини.



Інформаційна кампанія “По той бік новин”

Наразі на фейсбук-сторінці “По той бік новин” понад **8000 підписників.** За час реалізації проекту (півроку) без будь-якого рекламного бюджету ми досягли **4500 підписників. 3 пости** стали вірусними із кількасоттисячним охопленням аудиторії.

Загалом, проекту вдалося досягнути понад **1 500 000 користувачів.**

Понад **600 000 користувачів** залишили лайки, коментарі та поділилися публікаціями сторінки.

Ми спростували понад **40 фейків та маніпуляцій**

Зробили понад **20 інфографікОпублікували понад 150 постів,** які допомогають розвивати критичне мислення

Про нас розказали і написали (а також нашими антифейками поділилися) **понад 80 ЗМІВзяли участь у понад 10 радіоефірах**

Долучилися до **понад 30 заходів**

Заходи, до яких долучилася інформаційна кампанія “По той бік новин”:

- **ДумкоFest**

- Прес-тур у зону відчуження для подальшого опрацювання та підготовки матеріалів про міфи та фейки стосовно вибуху на ЧАЕС
- Міні-тренінг за результатами експерименту та кампанії «По той бік новин» для депутатів місцевих рад Київської області
- Опитування-вікторина з медіаграмотності для понад 100 людей
- Тренінг для учнів альтернативної школи (25 людей)
- Тренінг для підліткової організації Тінерджайзер (2 тренінги)
- Тренінг для фахівців з комунікації у м. Харків та Суми
- Онлайн лекція для учнів 9-11 класів м. Бердянськ
- Виступ на “Наукових пікніках”
- Участь у науково-популярній дискусії “Fake you”
- Інтерактив під час фестивалю “АнтикорупціяFest” (м. Київ)
- Гостьова лекторка для масових онлайн-курсів Edera та Prometheus.
- Коментарі для понад 10 видань щодо медіаграмотності населення
- Підготовка матеріалів для всеукраїнського уроку з медіаграмотності

За експеримент із прес-релізом, в основі якого фейковий інформаційний привід, редакторка кампанії Альона Романюк отримала найпрестижнішу піар-нагороду у громадському секторі “Піранья року”. Цей фейковий прес-реліз ліг в основу публікацій понад 200 ЗМІ, а також на його основі зняли сюжети кілька каналів. Мінімальне охоплення аудиторії – 1 500 000 українців.

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».

Відгуки наших читачів:

Про те, як школярів у Запорізькій області вчилися медіаграмотності читайте тут

Проект «re:start democratic discourse» втілюється протягом червня-грудня 2018 року, ІРРП його реалізує в партнерстві з Європейським центром свободи преси та ЗМІ (ECPMF), м. Лейпциг, за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини.