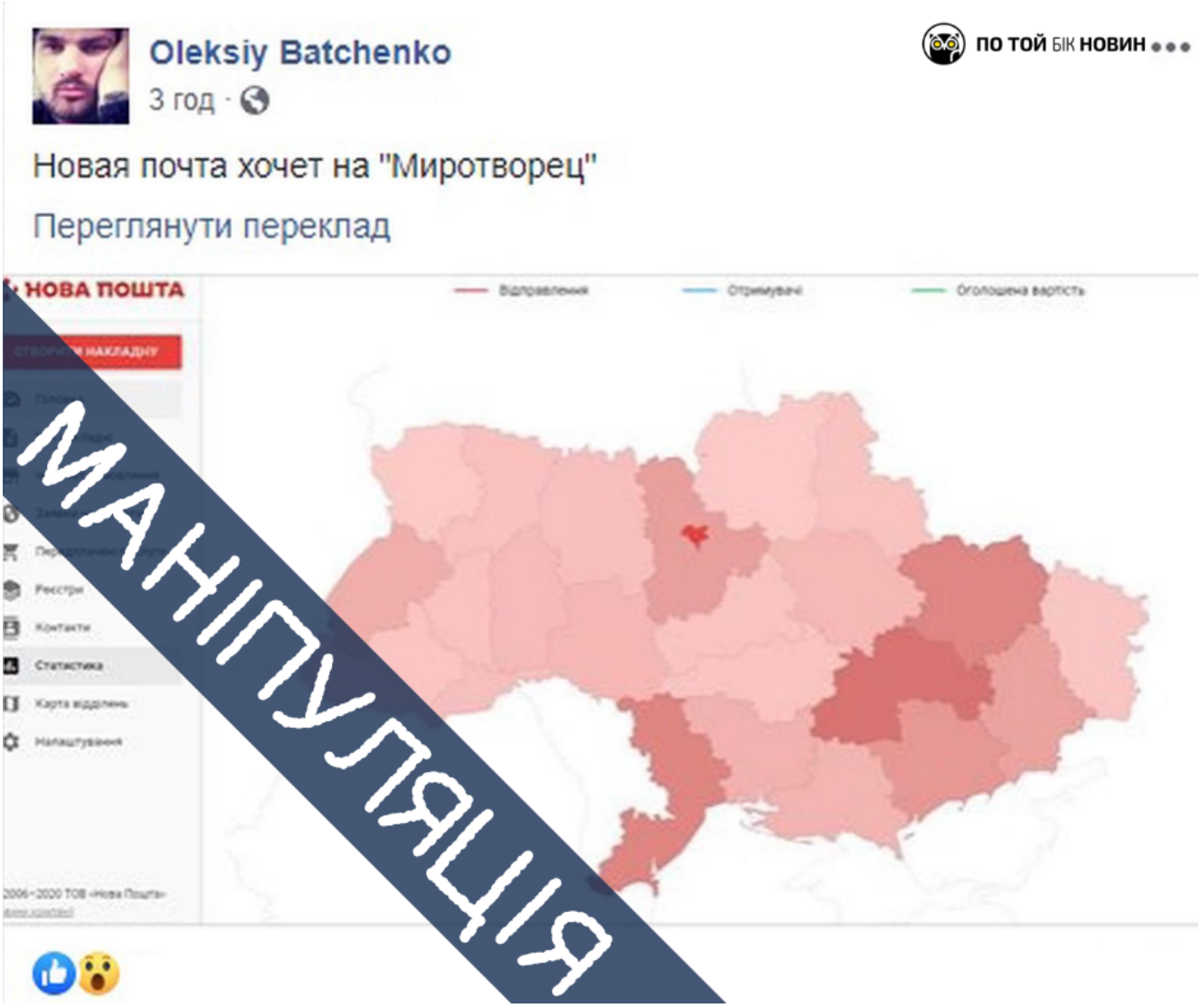
Нова пошта зобразила мапу України без Криму?



Що ви бачите на мапі? Саме так – Україна без Криму. Здавалося б – зрада без варіантів. Але не все так однозначно.

У мережі почали розганяти «зраду» – Нова Пошта розмістила на своєму сайті мапу України без Криму. «Нова пошта хоче на Миротворець», – обурився користувач Олексій Батченко і розмістив скрін сторінки компанії з обрізаною мапою України http://bit.ly/30N68kd

Перевірити це особисто можна тільки якщо зареєструватися як клієнт компанії і зайти в особистий кабінет у розділ „статистика“. Там підсвічені регіони, куди клієнт надсилає

посилки.

Тут і криється секрет «зради». Справа в тім, що Олексій торгує медичним обладнанням. Відтак йому доводиться мати справу з усіма областями України. З усіма крім Криму за зрозумілих причин. Якщо немає відправлень в будь-який інший регіон – хоч Львів, хоч Харків, хоч Київ – він також не підсвічуватиметься. Тож це не «зрада», а радше недогляд розробників.

Скільки вже було схожих випадків: британський тижневик TheEconomist опублікував на ютубі відеоролик, у якому мапа України зображена без Криму http://bit.ly/2GjUuUo, телеканал СТБ продемонстрував Україну без Криму http://bit.ly/2QHoJey, цієї ж помилки припустилися в Monobank http://bit.ly/35s5WYL, а держреєстр виборців України на мапі об'єднаних територіальних громад позначив Крим як російський «Южный федеральный округ» http://bit.ly/2TOW2Ok

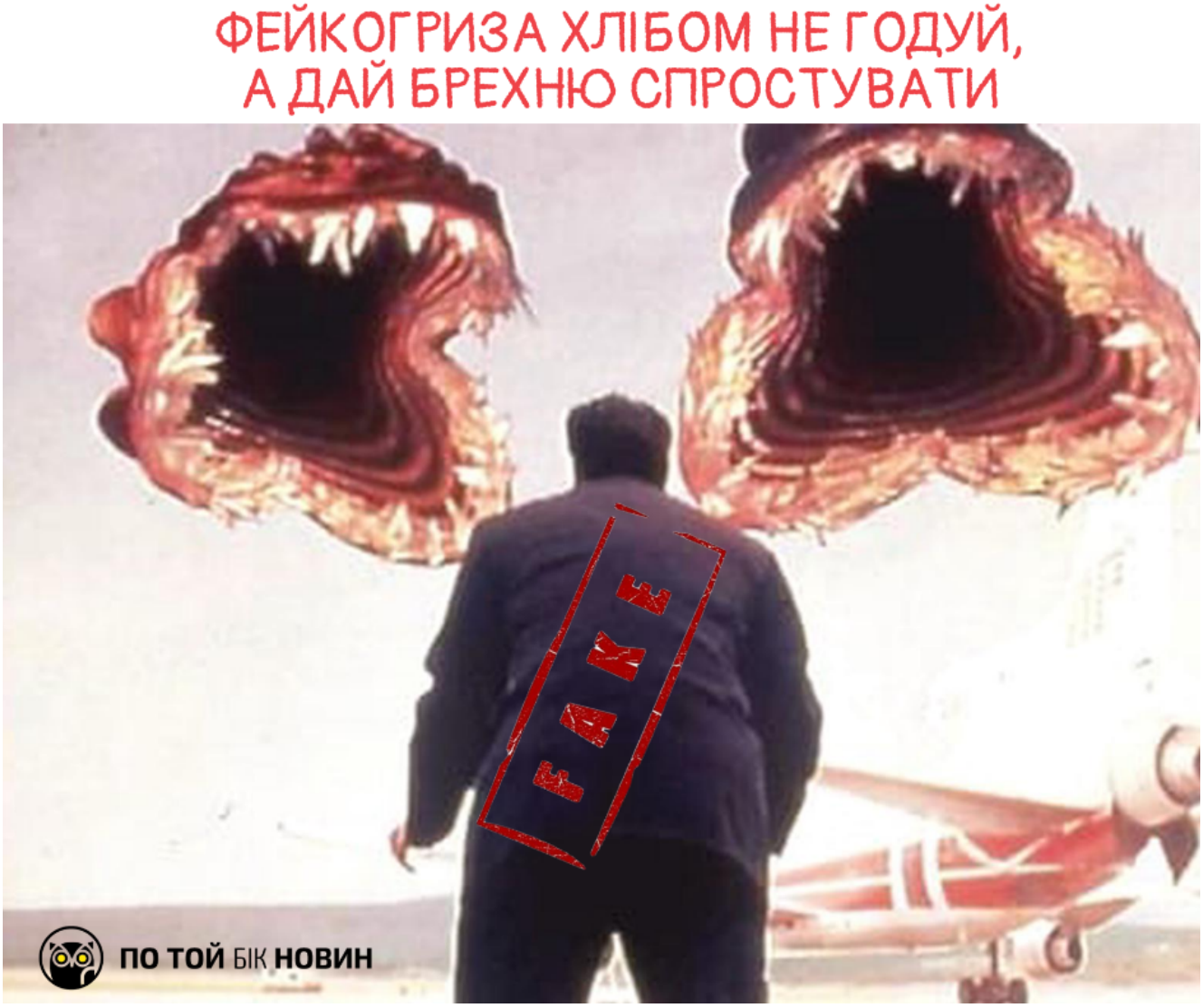
У Новій Пошті, знаючи це, могли врахувати больові для України точки. Що в цьому разі можна зробити? Наприклад, зобразити повноцінну мапу з чітко окресленими контурами України. А в регіонах, де вони не працюють просто так і написати – немає відділень або надсилання тимчасово недоступне.

Крим – це Україна. Це варто затямити як державним органам влади, так і приватним компаніям.

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*Дод

На що звертати увагу при виборі медіа

ПО ТОЙ БІК НОВИН

ЧИТАЙТЕ ЯКІСНІ МЕДІА!

Відрізнити замовний матеріал від незамовного буває складно.
Цим грішать навіть поважні ЗМІ.
Як зрозуміти, якому медіа можна довіряти? Ставте питання!

Хто власник?

Дізнайтеся, кому належить ЗМІ, яке ви читаєте, хто головний редактор. Ці аспекти впливають на формування редакційної політики

Які заголовки?

Якісне ЗМІ не пише "сенсація" або "читати усім". Якщо в заголовку ви бачите прізвище політика, існує велика ймовірність, що це замовний матеріал

Яка мова?

Якісні медіа пишуть простою і зрозумілою мовою, пояснюють складні терміни та явища знайомими словами

я НЕ вірю на слово

Яка форма?

Якісні медіа подають інформацію збалансовано, доповнюють статті коментарями відомих експертів, розповідають передумови явищ

Де бере новини?

Якісні видання пишуть власні новини або шукають ті аспекти, які будуть цікаві саме їхній аудиторії, дають посилання на першоджерело або самі є першоджерелом

Візуалізує?

Для кращого розуміння теми якісні медіа роблять інфографіки, відео-візуалізації, а також доповнюють тексти власними фото

re:start democratic discourse
PRESS • MEDIA FREEDOM
RPDIPPP
supported by

Медіаграмотність

ПО ТОЙ БІК НОВИН

ЗМІ мають комерційні втручання.
Це бізнес, який повинен заробляти кошти.
Великий бізнес та політики впливають на аудиторію за допомогою контенту.

Усі ЗМІ - сконструйовані. Вони створені людьми для поширення інформації, містять їх упередження, припущення та думки. Те, що ми бачимо - нереальне. Навіть у документальних фільмах.

МЕДІА ГРАМОТНІСТЬ

Знання та вміння, що дозволяють аналізувати та розуміти вплив засобів масової інформації на суспільство, а також допомагають критично сприймати інформацію, яку оприлюднюють медіа.

Соціальні та політичні ЗМІ можуть створювати політичні зміни. Мають на меті поширення сили та авторитету.

ЗМІ мають свою унікальну естетичну форму та фірмовий стиль. Усі відхилення - це спроба отримати увагу.

Кожна аудиторія по-своєму тлумачить повідомлення. Різні аудиторії отримують різне розуміння одного і того ж меседжа. Такі ознаки як вік, стать, соціальний статус можуть змінити інтерпретацію новини.

Рівні медіаграмотності

Розумію, як працюють медіа, як і чому маніпулюють інформацією

Використовую медіа, маю технічні навички для перевірки джерел інформації

Взаємодію з іншими через медіа, шукаю однодумців, беру участь в дискусіях

Досягаю власних цілей за допомогою медіа, пишу пости, знімаю відео, маю власну аудиторію

re:start democratic discourse

PRESS • MEDIA FREEDOM

RPDIPPP

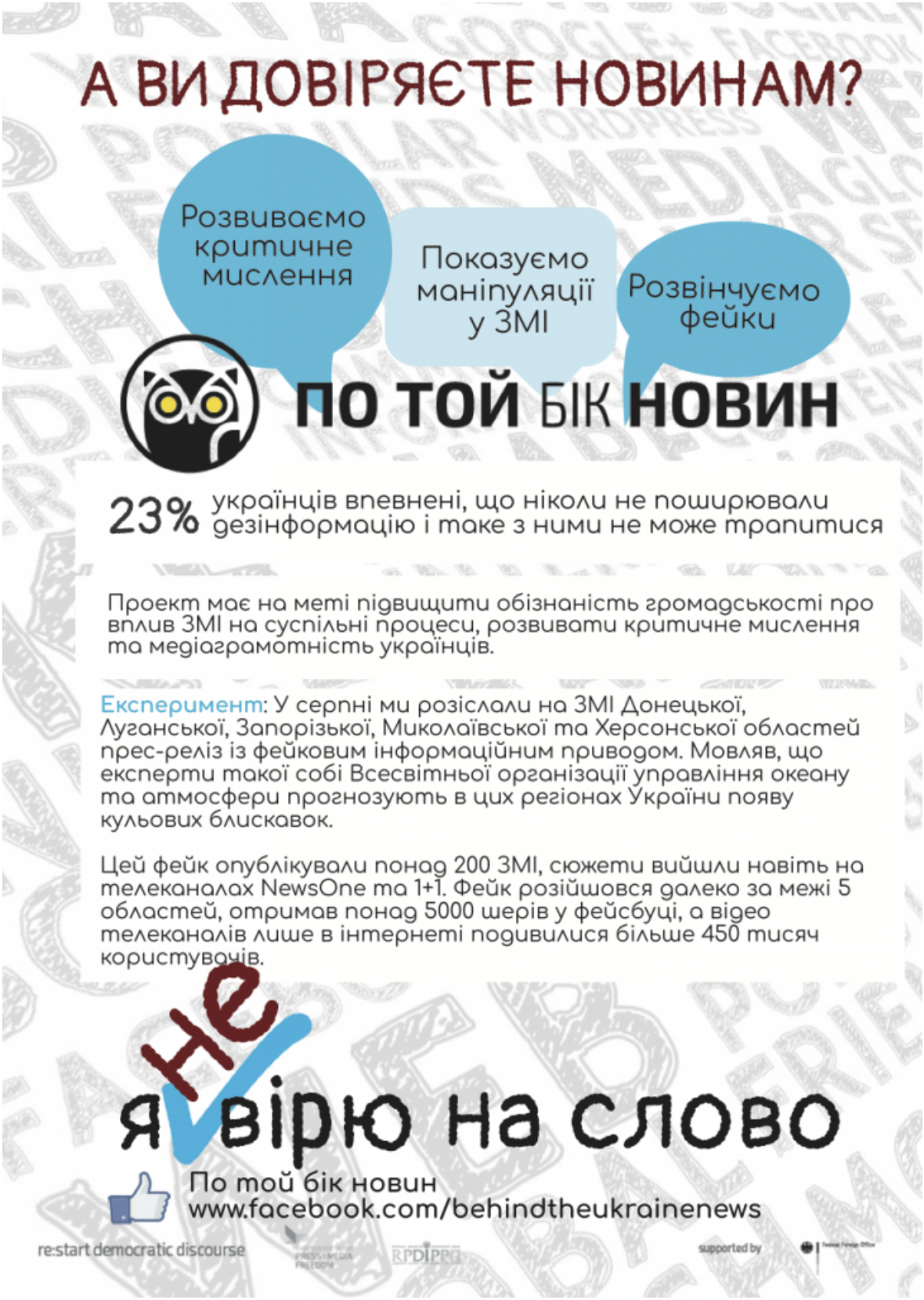
supported by

На що звертати увагу під час перевірки інформації

НЕ МОЖНА ВІРИТИ ІНФОРМАЦІЇ, ЯКЩО:

- У ній не сказано що, де, коли відбулося, хто в цьому брав участь
- Джерело даних - не вказане, невідоме або вказане лише одне неофіційне джерело
- Інформація незбалансована (відсутня позиція усіх сторін)
- Новина написана на основі поста у соціальних мережах
- Заголовок надто емоційний
- В матеріалі є слова та фрази (не факти), які викликають позитивні або негативні емоції
- Наведені цифри неможливо перевірити за допомогою офіційних джерел
- Подію або явище коментують невідомі експерти або експерти, компетенція яких не доведена (не вказано, яку посаду і де займає експерт, чим займається, чому знається у темі)
- Фото і відео, що супроводжують текст, не відображають те, про що у ньому йдеться
- Інформація поширена у заангажованих медіа та соцмережах (у групах чи на сторінках)

А ви довіряєте медіа?



Зустріч „По той бік новин“ на Думкофесті-2019

Це трапилося! Запрошуємо усіх наших друзів та підписників на зустріч „По той бік новин“ – пора нам розвіртуалитися і познайомитися в житті!

У програмі:
– Вікторина „вірю-не вірю“
– Міні-тренінг „Як спіймати фейк, коли нема часу“
– Спілкування та налагодження зв’язків
– Смаколики та сюрпризи (але каву захватіть із собою)

По секрету (тільки тсссс): кажуть, що наша Альона Романюк (Alyona Romanyuk) має якусь круту ідею, якою хоче поділитися із вами:)

Формат: посиділки на траві.

Чекаємо вас з 13:00 до 17:00 у суботу 14 вересня у парку Шевченка (Київ).

Маєте ідеї для знайомства? Пишіть нам!

Приходьте самі та беріть друзів! Обіймаємо вас і чекаємо на зустріч!

“Я НЕ ВІРЮ НА СЛОВО”: ІРРП ПРОПОНУЄ МІНІ-СТИПЕНДІЇ НА БОРОТЬБУ З ФЕЙКАМИ

Команда ІРРП пропонує журналістам з південних та східних областей України взяти участь в унікальному проекті, спрямованому на підвищення рівня медіаграмотності читачів, глядачів та слухачів.

Медійники, блогери і громадські активісти з Херсонської, Миколаївської, Луганської, Донецької та Дніпропетровської областей можуть подати заявки на отримання міні-грантів, щоб створити матеріали, спрямовані на підвищення медіаграмотності аудиторії усіх видів медіа.

Це можуть бути усі види текстів, інтерактивні формати, інфографіка, фотопроекти, відеосюжети, теле- і радіопрограми, які мають бути оприлюднені в будь-якому регіональному медіа (в газеті, на сайті, на радіо, телеканалі чи відеоблозі).
Фейкові новини, маніпуляції, пропаганда та дезінформація – усе це сьогодні має реальний вплив на реальне життя сучасного суспільства.

Найефективнішою зброєю проти цих явищ є підвищення рівня медіаграмотності – вміння критично сприймати інформацію, розпізнавати обман, відповідально ставитися до її поширення.

Саме в цьому – мета конкурсу, який проводить ІРРП в рамках проекту «re:start democratic discourse-2», що реалізовується партнерстві з Європейським центром свободи преси та ЗМІ (ECPMF), Лейпциг, за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини.
Щоб взяти участь у конкурсі, потрібно заповнити заявку (дедлайн – 02 вересня 2019 року).

Автори можуть пропонувати свої ідеї або вибрати тему із

запропонованого списку.

Організатори відберуть 20 найкращих ідей та допоможуть їх реалізувати – за допомогою редакторів-менторів. Після оприлюднення у медіа автори цих матеріалів отримають міні-стипендії – від 4000 до 5000 грн.

Подробиці конкурсу “Я не вірю на слово” – за лінком.

Подивитися минулорічні публікації в межах проєкту можна тут.

Школи журналістів та блогерів у Геніческу: 8-денний інтенсив з виживання у медіасвіті

Вісім днів, дві школи, тридцять учасників, сім тренерів, 48 навчальних годин – і купа знань і вражень.

В кінці липня Інститут розвитку регіональної преси провів дві школи в Геніческу. Одну – для блогерів та громадських активістів, другу – для журналістів з локальних медіа Херсонської, Миколаївської, Дніпропетровської, Донецької та Луганської областей.

За вісім днів учасники обох інтенсивів пройшли по-справжньому “школу виживання” у сучасному медіасвіті. Як все було, розповідаємо детально.

У програмах обох шкіл були журналістські стандарти, вміння розповідати історії, правові аспекти, цифрова безпека, робота

із соцмережами, інструменти фактчекінгу та розпізнавання фейків.

Учасники школи блогерів отримали можливість попрацювати над власними соціально значимими проектами, їх просуванням та взаємодією з аудиторією, вчилися знімати фото і відео.
Учасники школи журналістів вчилися шукати і відбирати новини, вивчали техніку проведення інтерв'ю.

В команді тренерів, що працювали в Геніческу були: Олег Хоменок, Людмила Панкратова, Альона Романюк, Ольга Юркова, Максим Луночкін, Євген Малолетка та Інна Гадзинська.

Усю непросту для маленького курортного містечка логістику забезпечували координаторки проекту Оксана Євтушенко та Ірина Шпаковська.

Яйця та фактчек: чого вчили на школах тренери

Людмила Панкратова, адвокатка, медіа-юристка ІРРП розказала про юридичні аспекти діяльності журналіста. Пані Людмила поділилася цікавими кейсами, з якими їй довелося попрацювати та попередила про можливі правові ризики, зя кими в роботі можуть зустрітися як журналісти,так і блогери.

Олег Хоменок – ведучий тренер школи журналістів, розповідав про основи журналістики, вчив працювати з відкритими даними.

Разом з Інною Гадзинською, медіа-тренеркою, редакторкою, комунікаційницею ІРРП, блогери вчилися сторітелінгу, обговорювали журналістські стандарти та вирішували етичні дилеми. навчила учасників сторітелінгу, розказала, які виклики та загрози стоять перед блогерами в новій медіареальності та дала дієві поради щодо вирішення етичних питань.

Максим Луночкін з Лабораторії цифрової безпеки навчив захищати свої дані. Експерт розказав, як "крадуть" інформацію в мережі

та як цьому можна запобігти.

Альона Романюк – медіа-тренерка, комунікаційниця, редакторка Фейсбук-сторінки “По той бік новин” будила креативні здібності завданням „врятувати“ яйце від падіння з 2-метрової висоти за допомогою підручних предметів.
Від Альони блогери багато дізналися про брендинг, стратегію просування у соцмережах, взаємодію з аудиторією, а журналісти – про роботу у соцмережах.

Тренерка розповіла про стратегію просування у соцмережах, як обрати свою нішу та побудувати бренд.

Ольга Юркова – медіа-експертка поділилася історією створення Stopfake, поділилася інструментами фактчекінгу, розповіла, як працює російська пропаганда та як з нею боротися.

Про те, як візуалізувати історію, учасникам розказував і показував Євген Малолетка – фотограф-фрілансер, що знімає для світових медіа в Україні (https://www.evgenymaloletka.com).
Практику блогери отримували під час фотозйомки прямо на вулицях міста.

Мер Геніческа приходив знайомитись

Дізнавшись, що в місті проходить дві школи журналістики, навіть мер Геніческа Олександр Тулупов вирішив завітати і познайомитися. В учасників була можливість поспілкуватися з чиновником та поставити незручні питання.

Зйомки “Зупини Лося” в Геніческу

Співзасновники проекту „ЗупиниЛося Херсон“ Денис Кравець да Костянтин Бугаєв під час навчання зняли два випуски своєї програми в Геніческу.
Проект спрямований на боротьбу з порушниками правил паркування у містах.

Відгуки учасників обох шкіл про навчання в Геніческу

Відеоролик від Микити Виштикайла та Павла Єштокіна з онлайн-видання Волноваха.city

Ксенія Галузінська – про учасників школи блогерів

Світлана Квасова – про школу журналістів

Олександр Матюшенко з Миколаєва – про школу журналістів

Цикл блогів про Школу блогерів від Дениса Кравця та Костянтина Бугаєва (Херсон)

Більше про Літню школу блогерів та громадських активістів дивіться в події на Фейсбук

Про Літню школу журналістів у Геніческу тут

Школи відбулися в межах проєкту, який ГО "Інститут розвитку регіональної преси" втілює в партнерстві з Європейським центром свободи преси та ЗМІ (ECPMF), Лейпциг, за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини.

Восьмиденна «Школа журналістів» у Геніческу

ГО “Інститут розвитку регіональної преси” в партнерстві з Європейським центром свободи преси та ЗМІ (ECPMF), м. Лейпциг, за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини, оголошує набір на 8-денний тренінг «Школа для журналістів».

Дата проведення: 24- 31 липня 2019 року, м. Геніческ Херсонської області

Хто може взяти участь у цьому тренінгу: журналісти та журналістки всіх видів медіа Херсонської та Миколаївської областей, які бажають підвищити свій професійний рівень.

На тренінгу учасники дізнаються про:

- Правові основи роботи журналіста, доступ до публічної інформації, захист персональних даних, відповідальність журналіста та як її запобігти
- Стандарти журналістики, етика
- Як збирати новини та писати якісні тексти
- Техніка інтерв’ю
- Відкриті дані в роботі журналіста
- Сучасна візуальна журналістика. Нові формати сторітеллінгу
- Як перевіряти інформацію
- Основи з цифрової безпеки

Умови участі:

Участь у тренінгу є безкоштовною.

Учасникам тренінгу з інших міст пропонується проживання в готелі та компенсація вартості проїзду.
Для участі у 8-денному тренінгу «Школа журналістів» буде відібрано 16 учасників. Заявку потрібно заповнити до 24

години **8 липня 2019 року (включно).**

Анкету-заявку заповнити за посиланням

До 15 липня 2018 року ми повідомимо відібраним учасникам про участь у тренінгу. Всі учасники зобов’язуються бути присутніми під час усіх днів тренінгу та брати активну участь у всіх навчальних заходах!

Ведучий тренер:

Олег Хоменок – старший радник з питань медіа в Internews Network, сертифікований медіа-консультант і медіа-тренер. Має багаторічний досвід у медіа-галузі. Автор кількох посібників із журналістики.

З будь-яких питань звертайтеся за номером телефону +38 067 234 42 16 або пишіть на електронну скриньку irrp@ukr.net координаторцы проекту Оксані Євтушенко