



B | S | T

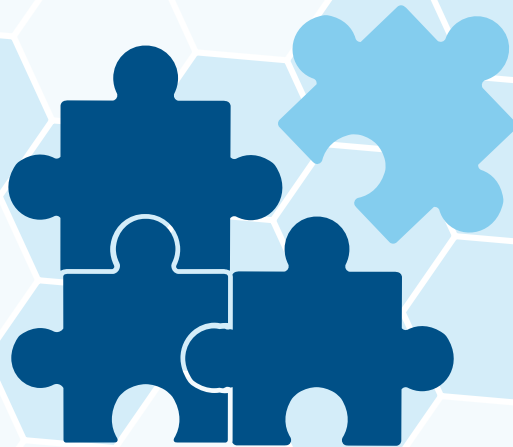
The Black Sea Trust
for Regional Cooperation

A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND

ІНФОРМАЦІЙНА ГІГІЄНА

або як розпізнати неправдиві новини
в інтернеті?

«фейк» чи істина?



Видано в рамках проекту «Підвищення рівня поінформованості людей по-важного віку – шлях до запобігання та мінімізації наслідків пандемії COVID-19» реалізується ГО «Сусільство і право» і наданий Чорноморським фондом регіонального співробітництва (проект Німецького фонду Маршалла США) за фінансової підтримки Європейського Союзу.

Інтернет – це величезний простір, у якому містяться значні об’єми інформації різноманітного характеру, і не завжди вони правдиві. В багатьох випадках неможливо притягнути до відповідальності за неправдиву, або неперевірену інформацію. А також неможливо контролювати увесь потік інформації в інтернеті.

Важливо розуміти, що фейки (неправдиві новини, або спотворено зінтерпретовані факти) не фабрикують просто так: вони мають приносити вигоду своїм авторам. Важливо і те, що фейки поширюються швидше за факти.

Втім, якщо знати прості правила розпізнавання фейків, їх можна викрити.



Ознаки фейків:

Яскрава
емоційна
забарвленість

01

Емоційний
заголовок
не відповідає
змістові статті

02

Ненадійні
інформатори

03

Думка,
оцінка,
припущення
≠ факт

04

Навішування
ярликів,
розповсюдження
стереотипів

05

Теорія
ЗМОВИ

06

Упереджене
і однобоке
висвітлення події

07

Помилки
в
публікаціях

08

Недостовірні
дата публікації
та час

09



Яскрава емоційна забарвленість

«Шок!», «Сенсація!», «Ви не повірите...». Надавати емоційного забарвлення події – не робота журналіста. Його робота – розповісти про подію. А емоційну оцінку дають (або не дають) читачі. Такі заголовки називають «клік-бейтами». І часто буває так, що...

01



02

Емоційний заголовок не відповідає змістові статті

Але ви уже клікнули на посилання, а саме це й потрібно авторам для збільшення переглядів матеріалу, і, відповідно, заробітку.

Що робити? Краще утриматись від перегляду новин із «шокуючими» заголовками.

Ненадійні інформатори

У грамотно написаній новині завжди є посилання на першоджерело. Наприклад: заявив міністр, виступив із офіційною заявою депутат. І до такої інформації має додаватись посилання на відео, або, наприклад, на офіційну сторінку міністерства із заявою.

«Експерти застерігають» та «надійні джерела повідомляють» – такі собі аргументи.

Якщо ж йдеться про конкретного «експерта у області...», варто не полінуватись та перевірити реальну компетенцію людини. Та наявність, наприклад, політичної заангажованості, яка може промовляти сама за себе.

Словом, у будь-яких незрозумілих ситуаціях шукайте першоджерело. Воно має бути надійним та перевіреним.

03



Думка, оцінка, припущення ≠ факт

Але саме так часом формують заголовки новин. Якщо спортивний експерт припускає, що наша футбольна команда переможе, то радіти ще рано. І, якщо з футболем ми не тішимо себе ілюзіями, то з політичним і економічними прогнозами усе складніше.

04



05

Розповсюдження стереотипів та навішування ярликів – один із методів пропаганди

– не є етичним та вважається одним із видів поширення неправдивих новин.

Теорія змови

Якщо стаття чи пост написані у стилі: «Масони домовились з іншопланетянами...» – це серйозний привід задуматись і прогорнути стрічку новин далі.

06

07

Упереджене і однобоке висвітлення події:

наприклад, коментарі беруть тільки з одного боку барикад. У журналістиці є правило: якщо ми говоримо щось про людину, ми повинні дати їй змогу прокоментувати це. Для об'єктивної оцінки ситуації варто почитати про одну подію у різних ЗМІ.

08

Помилки в публікаціях

Багато фейкових сайтів допускають грубі помилки в орфографії та пунктуації. Сумнівні фото та відео. Дуже часто недостовірні фото/відео подають як підтвердження інформації. Вони можуть бути і правдиві, але вирвані з контексту. Тому потрібно знайти першоджерело публікації (оригінал фото чи відео)

09

Недостовірні дата публікації та час

Дивіться уважно, оскільки старі публікації можуть видавати за нові, або новини можуть взагалі не мати дати публікації.

Чого ще варто остерігатись?



Проплачені коментарі

Так, є люди, які заробляють на життя написанням коментарів із спеціально для цього створених акаунтів. Найчастіше їх можна «виловити» на сайтах із відгуками про товари і послуги.

А іноді це робить автоматизована програма, в народі – «боти», їх частіше можна зустріти в соц. мережах.

Вони можуть займатися не тільки прихованою рекламою, але й політичними провокаціями.

Часом їх можна розпізнати за пустими акаунтами без фотографій і дописів.

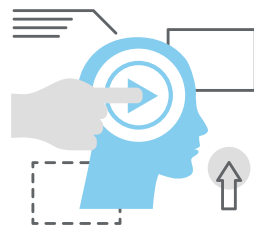
Але головне – розуміти, що коментар в інтернеті – це не завжди правдива думка реальної людини.

Блогери та інфлюенсери

З багатотисячними, а часом і кількомільйонними аудиторіями у соц. мережах.

Часто це люди «з народу», які здаються такими «теплими» і близькими по духу.

І іноді це допомагає їм на широкий загал роздавати поради у тих сферах, в яких вони не мають профільної освіти.



Найчастіше це здорове харчування, догляд за собою. А також поради щодо бізнесу, чи наприклад того, як «бути успішним і гармонійним». У період пандемії коронавірусу деякі з них зробили добрячу послугу медикам, «проповідуючи» думку про те, що вірусу не існує (або власну інтерпретацію з домашніми рецептами лікування) мільйонам людей, для яких стали авторитетами.



Що варто перевірити?

В першу чергу, **освіту у галузі**, в якій «лідер думок» роздає поради.

По-друге, **реальні досягнення** людини. Наприклад, якщо це лікар, можливо, він вказав у шапці свого блогу, в якій клініці працює? Варто критично ставитись до абстрактних описів у стилі «віднайди свою гармонію зі мною».

Що ще важливо розуміти? **Якщо ведення блогу – основна діяльність людини, то і основним її доходом буде реклама, розміщена у цьому блозі.** І часто ця реклама неочевидна, а ховається за такими собі порадами «тільки для своїх»: «Ой, дівчатка, купила чудовий пілосос, така задоволена!». Зараз (наприклад, в Instagram) вже існують позначки «платне партнерство» для рекламних дописів, але вони є ще далеко не на всіх рекламних постах.

Реклама

– це звичайний вид доходу, проте вона має бути етичною. А етична реклама – це коли... всі розуміють, що це реклама.

По-друге, блогери часто не купують нічого із тих речей, які з'являються у їхній постах. У них популярна система бартеру. Наприклад, побутову техніку чи косметику, а також туристичну путівку можуть блогерові можуть вислати в обмін на рекламу. Отож, той «чудовий пілосос» навряд чи хтось купував.

Це потрібно розуміти і тоді, коли ви дивитесь і на красиву картинку життя блогера: повну якісних фотографій, кольорових подушок та красивого одягу. Потрібно розуміти, що ці образи створюються професійними фотографами, у студіях (які також можуть надавати свої послуги за бартером). Часом блоги можуть виглядати, як ідеальна картинка життя. Втім, не варто порівнювати своє «неідеальне» життя із яскравими фото блогера. Адже це – його робота.

Щоб почуватись як риба у інформаційному океані, варто дотримуватись кількох базових принципів:

Дивіться на інформацію критично

Питайте самі у себе: кому може бути вигідне поширення такої інформації? Чи намагаються у мене викликати емоції? Якщо так, то які саме? Кому вигідно, що велика кількість людей відчувала такі емоції?

Додайте здорову дозу скептицизму до свого сеансу перегляду новин

Беззаперечних авторитетів, які ніколи не помиляються, не існує.

Оцінюйте політиків за якістю наданих послуг, а не за лозунгами і образами.

Чиновники мають якісно виконувати своє замовлення – ввірені їм функції. Створений іміджмейкерами образ політика (незалежно від того, чи це образ «хлопця з народу», «чесного фермера» або «відважного гетьмана») не має нічого спільного з якісним виконанням цих функцій.

Що таке інформаційна бульбашка?



Здавалося б, інтернет відкриває нам необмежені можливості доступу до будь-якої інформації. Нажаль, не все так просто, і обмеження таки існують. І найгіршим є те, що ми можемо про них і не здогадуватись. Йдеться про так звану інформаційну бульбашку, яку створює система алгоритмів пошукових систем і соціальних мереж. Найбільш виражена ця система у Facebook, Instagram та Google.

Перевіряйте

Інтернет дає нам чудову можливість: прочитати про одну подію із різних джерел, навіть по всьому світу. **Знання іноземних мов** тільки допоможе об'єктивно оцінити ситуацію.

Відмовтесь від стереотипів

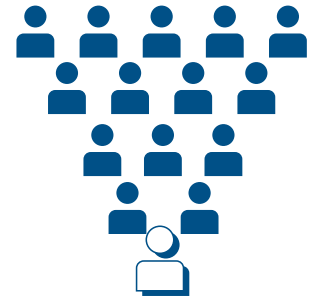
Стереотип є чудовим ґрунтом для пропаганди

Як працює персоналізована система пошуку? В першу чергу вона була створена заради маркетингового аналізу і цільової (таргетованої) реклами. Наприклад, людині, яка кілька разів ввела в пошуковій системі «доставка їжі», згодом у соціальних мережах траплятиметься саме реклама доставки їжі. Здавалося б, усе логічно і, навіть, зручно. Але справа стосується не тільки реклами.



З часом формується наша пошукова історія: як у соціальних мережах, та і у системах пошуку. І система алгоритмів у соціальних мережах починає оточувати нас тими темами, які є для нас цікавими і... «комфортними». Наприклад, еко-активістові «підкидати» у стрічку новин ті дописи, що стосуються еко-тематики. Це сприяє нашому «приємному», і відповідно, довшому перебуванню в інтернеті.

За таких умов в людини може скластися хибне враження про те, що в світі безліч її однодумців, і ніхто більше не користується пластиковими пакетами. Але ж реальність – інша. Дію алгоритмів можна добре побачити, приміром, під час передвиборчих кампаній: якщо ви впевнено вболіваєте за одного з кандидатів, періодично шукаючи про нього інформацію, з часом ваша стрічка новин в соціальних мережах вже ряснітиме дописами саме тих ваших знайомих, які також за нього вболівають (вже й не згадуючи про політичну рекламу, яка вам траплятиметься). Це може створити ілюзію того, що саме «ваш» кандидат має перемоги, адже «всі» за нього.



Інформаційна бульбашка подає нам наші ж ідеї, обмежуючи від тих думок, що відрізняються від нашого світосприйняття. Це спотворює реальну картину світу, а ще – переконує в нашій беззаперечній правоті та провадить до так званої інформаційної ізоляції. Окрім того, інформаційна бульбашка – це сприятливе середовище для розповсюдження стереотипів, пропаганди і фейків.

Як вийти з інформаційної бульбашки?

- Періодично **чистити історію пошуку у браузері**;
- Видаляти файли Cookie;
- Шукати інформацію в пошукових системах у анонімному режимі (наприклад, вийшовши зі свого акаунту в Google);



- В соціальних мережах «навідуватись» на сторінки до тих людей, яких останнім часом не бачите в стрічці новин (це не означає, що у них нічого нового: алгоритм працює таким чином, що ми перестаємо бачити сповіщення від тих людей, з якими давно не комунікували);

- Навмисне шукати думки, що відрізняються від ваших: наприклад, навіть підписатись на відповідні групи;

- **Перевіряти новини** (в тому числі і достовірність оголошень про збір коштів на благодійність);

- **Мислити критично та не уникати живого спілкування;**

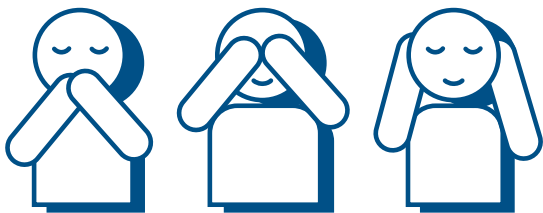
- Не проходити у соціальних мережах жартівливі «безкоштовні» тести, які вимагають доступу до персональних даних: ця інформація також може бути використана системою алгоритмів для прогнозування вашої поведінки та для інших маркетингових досліджень;



- Бути свідомими того, що стрічка новин формується на основі наших вподобань;

- Бути свідомими того, що соціальні мережі можуть продавати дані про наші вподобання рекламодавцям;

- **Змінювати налаштування реклами в соціальних мережах.**



Що таке інформаційна дієта?

Щодня ми стикаємось з величезним потоком інформації, яку, до того ж, доводиться фільтрувати. Це вимагає часу та зусиль. Регулярні спроби маніпулювати та провокувати емоції виснажують.

Зрештою, виснажує і потреба просто «обробити» усю лавину щоденної інформації (адже такої потреби не існувало ще, приміром, 20 років тому). Тож еру інформації має неодмінно супроводжувати і відповідна інформаційна дієта. Адже наслідком інформаційного перевантаження може стати не тільки вигорання, а й, навіть, депресія. Цікаво, що відмовитися від потоку інформації не так просто, як може здаватись на перший погляд.



Тож, що можна зробити, аби розвантажити мозок від надміру інформації?

1. Не починайте і не закінчуйте день зі смартфоном в руках

«Ритуал» гортання стрічки новин перед сном, чи ще до вранішньої кави, швидко стає звичним. Проте, цим ми ніби змушуємо наш мозок бігти на біговій доріжці, постійно прискорюючи темп. Тому варто дати йому змогу відпочити ввечері, замінивши смартфон і телевізор на книжку не пізніше, ніж за дві години до сну. І так само дати йому можливість спокійно «прокинутись» і налаштуватись на новий день зранку.

2. Читайте тільки ті статті, які вам дійсно потрібні

Адже «корисні поради» і «цікаві факти» в інтернеті не вичерпаються ніколи. А от ваш час – обмежений.

3. Спробуйте на деякий час відмовитись від соціальних мереж

А час, що звільнився, присвятіть живому спілкуванню. Адже в соціальних мережах люди ведуть себе по-іншому:

хтось стає сміливішим, ніж в реальному житті, дозволяючи собі провокативні коментарі і відверті фото. А хтось, навпаки, зводить спілкування в мережі до мінімуму, хоча в житті є «душею компанії». Ці фактори можуть створити дещо викривлене уявлення про людей і спілкування. Тому завжди варто доповнювати інтернет-дружбу живими зустрічами (а краще – навпаки). Разом з тим...



4. Не ізолюйтесь від інформації та спілкування у соціальних мережах зовсім

Все ж, соціальні мережі сьогодні є невід'ємною складовою спілкування. Тому не варто відмовлятися від них зовсім, адже це може спровокувати почуття ізолюваності і самотності.



5. Фільтруйте новини

Наприклад, читайте новини тільки по тій темі, яка є для вас справді важливою. Важливою характеристикою новин є те, що глядач або читач, зазвичай, ніяк не може вплинути на ті події, про які довідується. І, якщо щодня дізнаватись про всі новини України та світу, можна постійно перебувати у стані тривоги. Навряд чи це позитивно вплине на здоров'я.

6. Відмовтесь від «швидких» новин і фактів

У сучасному світі популярними стають короткі форми: адже не так просто зачепити читача, який постійно поспішає, на гачок довгого аналітичного матеріалу. Втім, «швидкі» новини, зазвичай, тільки перевантажують наш мозок: ми розсіюємо увагу на велику кількість «маленьких» фактів, та не приділяємо уваги побудові причинно-наслідкових зв'язків, які допомагають побачити повну картину певного явища. Тому краще надати перевагу якісній аналітиці з тої сфери, яка Вас цікавить.

Більше цікавої та корисної інформації з медіа грамотності Ви можете знайти на ***Інформаційній платформі для людей поважного віку ПРО100***

www.pro100ua.com

Контакти ГО "Суспільство і право":
м. Львів, вул. Промислова 50/52, каб.625 (6 пов)
тел. 098 94 46 500, 095 59 78 887
email: prawolviv@gmail.com
facebook: [SocietyLawLviv](https://www.facebook.com/SocietyLawLviv)
www.pro100ua.com