

ЗАРЯДКА З МЕДІАГРАМОТНОСТІ



Чи впадали ви колись у паніку від кількості новин у вашій стрічці фейсбуку? Чи відчуваєте, що ваш діджитал-раціон з фейків та клікбейтів потребує змін на новини «здорової людини»? Цей набір допоможе збалансувати ваше інформаційне самопочуття. Він покаже ЯК споживати, а не ЩО.

За дослідженням Mediakix, проведеним у США, в середньому людина витрачає п'ять років свого життя на соціальні медіа і сім років – на перегляд телебачення. Часу, проведеного в соціальних медіа впродовж життя, було б достатньо, аби:

32 рази піднятися на Еверест
3,5 раза пройти Велику китайську стіну
Пробігти 10 000 марафонів

Кількість уваги, яку ми приділятимемо медіа, буде тільки зростати. Проте якість та подання деякої інформації дуже потребує вдосконалення. Алгоритми в соціальних мережах, фейки, викривлення, маніпуляції отруюють наше медіаполе.

✓ Чекліст. Чому відповідальне споживання медіа важливе для мене?

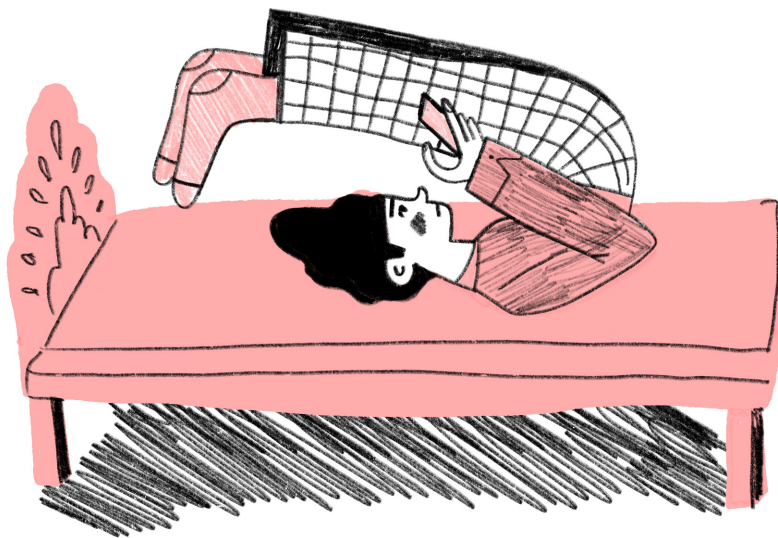
- Я більше не хочу розчаровуватися через сенсаційні (та брехливі) заголовки.
- Новини впливають на мій настрій і часто його погіршують.
- Я хвилююся, що хтось може маніпулювати моєю думкою.
- Мені складно сформулювати власне ставлення щодо деяких подій або питань.
- Мене хвилює, що я не завжди розумію точку зору інших людей.
- Мені не подобається, що заможні гравці на ринку медіа можуть впливати на порядок денний.
- Мені не подобається, що я можу читати проплачені матеріали, не усвідомлюючи цього.
- Мені хотілося б краще контролювати своє інформаційне поле.
- В мене часто виникає почуття тривоги, тому що я не встигаю стежити за всіма новинами.
- Інформація, яку я бачу, може виявитися фейком і зашкодити мені та моїм рідним.
- Мене хвилює, що через алгоритми я пропущу щось важливе.

Як споживачі інформації ми маємо знати, як пристосуватися до її великих обсягів, а як автори – стежити, що ми створюємо, і нести відповідальність за це.

Джерела:

<https://mediakix.com/blog/how-much-time-is-spent-on-social-media-lifetime/>

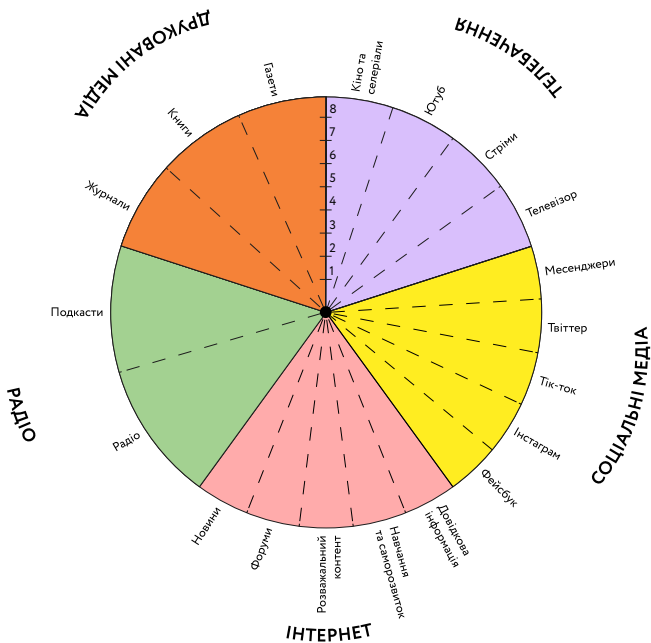
День 1. Розігрів



Свідомо формуйте свій інформаційний простір

Згадайте свій типовий день. Напевно, ви прокинулися від будильника на смартфоні. Одним оком, ще під ковдрою, ви гортаєте інстаграм, читаете новини в телеграмі або відповідаєте на повідомлення у фейсбуці. Снідаючи, вмикаєте улюблені подкасти, теле-/радіопередачу чи ютуб, водночас переглядаєте погоду в інтернеті, клікаєте на раптове сповіщення чи рекламу. Минула година, а ви вже спожили мінімум п'ять різних медіа. Чи замислюєтеся ви, скільки часу проводите в інформаційному просторі протягом дня? Простежте, з якою кількістю медіа та інформації ви взаємодієте щоденно.

На діаграмі, як внизу, відмітьте крапками кількість годин, які ви присвячуєте медіа. Врахуйте одночасний перегляд телевізора, ютуба, нетфлікса тощо і гортання новинної стрічки. А як щодо пасивного споживання медіа, як-от шум телевізора на фоні чи радіо, яке слухає колега? З'єднайте крапки й заштрихуйте внутрішню частину. Це – ваше медіаполе.



Тепер ви наочно бачите свій медіапростір і типи інформаційних потоків, які вас супроводжують щодня. Чи усвідомлювали ви, скільки часу витрачаєте на медіа?

Чи може ваше медіаполе бути бульбашкою, за межі якої ви не можете вийти?

Найімовірніше, у вашому медіаполі почесне місце посідають соціальні мережі. За даними Digital 2020, 27 мільйонів українців користуються інтернетом, 70% з яких використовують соціальні мережі. Дізнайтеся, як можна опинитися в інформаційній бульбашці й бути ізольованими від різних поглядів.

🎯 Бінго «Інформаційна бульбашка». Обведіть твердження, з якими ви погоджуєтесь.

| | | |
|--|---|--|
| Я отримую новини із соціальних мереж та сторінок своїх друзів | У мої стрічки більше думок, з якими я погоджуюся, ніж ні | Я ставлю більше лайків, ніж смайлів «обурення» |
| Я відписуюся від тих, хто зі мною не погоджується | Усі мої друзі голосували за того самого політичного кандидата, що і я | У коментарях до моїх постів всі погоджуються з моєю думкою |
| Я не розглядаю аргументи, які суперечать моїм переконанням та світогляду | Я не видаляю кукіс (cookies) зі своїх пристроїв (або не знаю, що це) | Коли я бачу заголовок, з яким миттєво не погоджуюся, я не читаю статтю |

Якщо ви обвели три твердження підряд по діагоналі, вертикалі або горизонталі – бінго! Схоже, ви у бульбашці.

Ми не можемо повністю контролювати інформацію, яка потрапляє до нашої стрічки новин, оскільки її для нас підбирають алгоритми. На основі наших лайків, посилань, локацій, спільнот та друзів алгоритми персоналізують інформацію, яку ми бачимо. Якщо алгоритм кілька разів показав вам фото Ігоря, а ви байдуже прогортали їх, то через два роки ви випадково дізнаєтеся від Каті, а не із соціальної мережі, що Ігор одружився і має сина. Такі самі правила поширюються на новини.

Facebook вигідно, щоб ви залишалися у соцмережі якомога довше. Тому він може обмежувати видачу сторінок та користувачів, з якими не збігаються ваші погляди, аби вам було приємніше перебувати на платформі. Instagram та YouTube працюють за подібним принципом.

Ось як можна вилізти із інформаційної бульбашки:

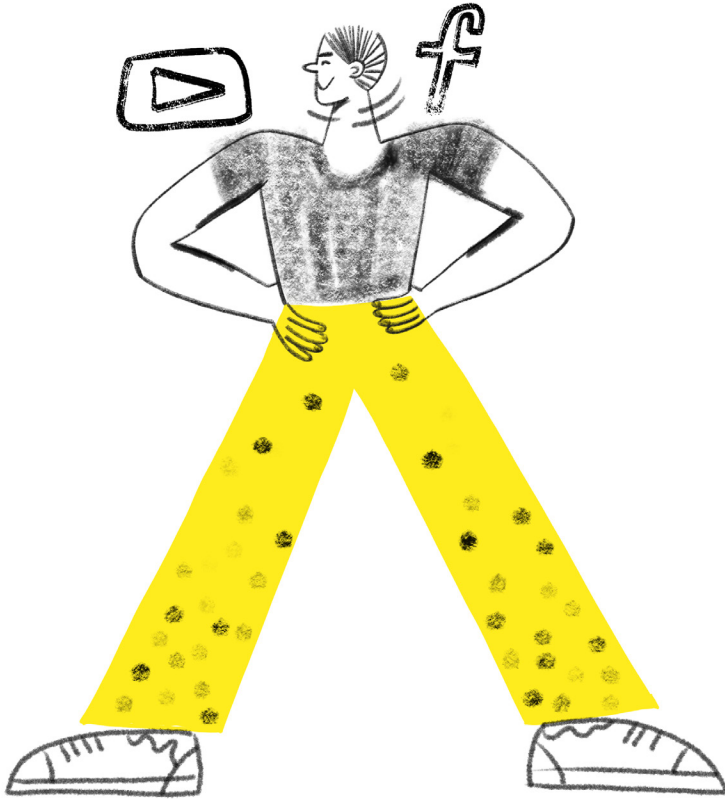
- Використовуйте браузер в режимі **Інкогніто**, періодично видаляйте історію пошуку, кукіс (реп'яхи, які чіпляються за вас під час візитів на сайти і допомагають їм запам'ятати вас) і намагайтеся рідше реєструватися на сайтах через ваші профілі в соцмережах.
- Свідомо шукайте інші точки зору. Наприклад, якщо ви все життя вірили, що їжу не можна запивати водою, можна ввести пошуковий запит із запитанням: «запивати їжу водою наукові дослідження», «вода під час їжі за і проти» й шукати поради фахівців на профільних сайтах.
- Читайте новини безпосередньо з новинних сайтів, а не натискайте на посилання у соціальних медіа.
- Коли ви бачите заголовок, який змушує думати, що стаття вам не сподобається, спробуйте дати їй шанс. Ви не зобов'язані змінити думку, мета тут – побачити проблему з іншого боку.

Джерела:

Digital 2020: Ukraine - <https://datareportal.com/reports/digital-2020-ukraine>

Tactical Tech Data Detox Youth https://cdn.ttc.io/s/datadetoxkit.org/youth/Data-Detox-x-Youth_EN.pdf

ДЕНЬ 2. ОБЕРТИ ГОЛОВОЮ



Вимкніть режим автопілота

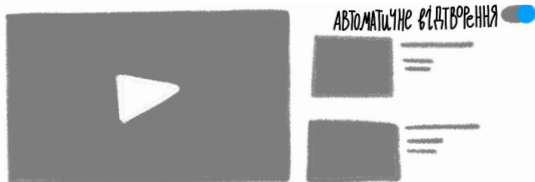
Представники цифрових гігантів, як-от Facebook чи YouTube, постійно наголошують на тому, що їхня мета – збільшити час, який у середньому проводять користувачі у соцмережах. Тому принципи роботи соціальних медіа запозичені з індустрії азартних ігор. Вони створюють психологічні залежності, хоча нав'язливе користування соцмережами і не є діагнозом. Коли ми відчуваємо певний дискомфорт, то робимо дію, яка цей дискомфорт має зменшити, й отримуємо позитивне підкріплення. Наприклад, якщо ви почуваетесь самотньо, перегляд постів у соцмережах може легко підняти вам настрій. А мозок запам'ятає цей алгоритм і в майбутньому буде його використовувати.

Обмежте час споживання інформації і сфокусуйтеся на його якості. Як це зробити?



Youtube

- Вимкніть функцію **Наступне** на YouTube і підійдіть відповідально до вибору наступного ролика. Під час перегляду відео натисніть на блакитну крапку біля фрази **Автоматичне відтворення** над стовпцем мініатюрних зображень відео у правій частині екрана.



- Налаштуйте розширення **Remove YouTube Recommended Videos, Comments** для браузера (існує для Chrome та Firefox). За його допомогою можна вимкнути коментарі, повністю сховати панель праворуч з рекомендованими відео та списками відтворення, вимкнути автоматичне відтворення на всіх відео.

Facebook

- Хоча існує кілька способів контролю вашої стрічки новин у Facebook, немає можливості назавжди повернутися до показу постів у хронологічному порядку. За замовчуванням, у верхній частині стрічки новин показують найпопулярніші публікації. Щоб тимчасово налаштувати показ новин у хронологічному порядку й бачити найновіші публікації:

Натисніть значок  в верхній частині вікна Facebook → Виберіть **Більше** ∨ в меню ліворуч → Натисніть **Найновіше**

- Якщо підходити до цього зовсім радикально, ви можете налаштувати розширення **News Feed Eradicator for Facebook** для браузера (існує для Chrome та Firefox). Розширення повністю прибирає стрічку новин у фейсбукці і замінює її на цитати відомих людей, які можна вимкнути або додати власні.

Instagram

Уникайте вкладок **Пошук** і **Цікаве**. Ви можете просто переглядати свою стрічку або безпосередньо шукати людей, теми, гештеги, події, які вас цікавлять.

Twitter

- Підвищте ваші стандарти і зменшіть кількість людей, за якими ви стежите, до 100.
- Подивіться на список тих, за ким ви стежите. Чи є там боти – автоматизовані облікові записи? Від них краще відписатися. Бота можна розпізнати за такими характеристиками:
 - Ім'я користувача містить номери або незрозумілу назву.
 - Анонімність, відсутність фотографії, біографії чи опису профілю.
 - Надвелика кількість ретвітів. Реальна людина може постити 10-15 разів на день, а бот – до 2000 разів на день.

- Використовуйте списки в Twitter. Список – це група облікових записів, який користувач створює сам або має можливість підписатися на вже створений. Списки можуть бути згруповані за інтересами, професіями, трендами. Наприклад, ви можете створити список «наукові новини» і стежити за медіа та користувачами, які про це пишуть.

- Натисніть **Списки** на панелі навігації.
- Натисніть вгорі значок **Створити новий список**.

TikTok

TikTok має вбудовані налаштування, які допоможуть контролювати ваш час у додатку. Зайдіть у ваш профіль.

1. Зайдіть у ваш профіль.
2. Перейдіть в розділ налаштувань у правому верхньому куті.
3. Натисніть **Цифровий добробут**.
4. Натисніть **Керування часом екрану** і виберіть відповідні налаштування.

Після аналізу інформаційного простору в День 1 ви вже знаєте, які додатки ви використовуєте надмірно. Видаліть їх або увімкніть обмеження часу для свого перебування в певних додатках чи взагалі у смартфоні.



Як відстежити свою активність в телефоні й виставити ліміти на категорії

В iOS

- Зайдіть у **Налаштування**, натисніть **Екранний час**.
- Натисніть **Ввімкнути екранний час**.

Спробуйте використати **Екранний час** для задання часових лімітів. Наприклад, заплануйте перерву, під час якої будуть доступні тільки дзвінки. Або обмежте час у програмі чи на конкретному сайті.

В Android

- Зайдіть у **Налаштування**.
- Оберіть **Цифровий добробут і батьківський контроль** (розташоване ближче до кінця списку).

Якщо ця опція відсутня на вашому Android, встановіть її, завантаживши застосунок з Play Market. Тут можна встановити налаштування для зменшення екранного часу. Наприклад, вимкнути сповіщення, які вас відволікають, встановити обмеження за часом на різні додатки, ввімкнути нічний режим.

Ще одна порада: вимкніть усюди сповіщення. Звучить радикально, проте дуже ефективно. Так ви відновите контроль над власним часом. Для термінових речей у вашого найближчого кола завжди є ваш номер телефону.



Додатки:

Remove YouTube Recommended Videos, Comments



Для Firefox

<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/youtube-recommended-videos/>



Для Chrome

<https://chrome.google.com/webstore/detail/remove-youtube-recommende/khncfooic hmfjbepaaaaebmommgapoid>

News Feed Eradicator for Facebook



Для Firefox

<https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/news-feed-eradicator/>



Для Chrome

<https://chrome.google.com/webstore/detail/news-feed-eradicator-for/fjcldmjmjhkkle hbacihaiopjklhlhg?hl=en>

ДЕНЬ З ГЛИБОКИМ ВДІХ- ГЛИБОКИМ ВИДІХ



Опануйте думки та емоції

Сильні емоції (позитивні і негативні) є ключовим фактором для того, аби контент в інтернеті став вірусним¹. Дослідники з Массачусетського технологічного інституту провели дослідження², що показує: користувачі соцмереж найбільше поширюють не правдивий контент, а фейки та маніпуляції. Вони привертають увагу і тримають «на гачку».

Звертайте увагу на свої емоції, коли споживаєте інформацію, і практикуйте «емоційну паузу»: коли текст викликає у вас сильні емоції, відволічіться і подумайте про щось приємне. Пауза, яку ви зробили, може повністю змінити ваші відчуття або значно їх послабити. Після цього запитайте себе, чи варто читати далі або поширювати цю інформацію.

1. <https://hbr.org/2013/10/research-the-emotions-that-make-marketing-campaigns-go-viral>

2 <https://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots>

Контролюйте емоції, щоб вони не контролювали вас – це стосується не тільки читання новин, а й дописів друзів, коментарів тощо. Завжди вимагайте фактів, щоб самостійно робити висновки. У тексті, особливо новинному, важливо знати, де є факти, а де – судження.

Факт – однозначна інформація, яку можна перевірити й довести або спростувати. Факт дає нам можливість самим робити висновки.

Судження, думка – суб'єктивна інформація, емоції, чиєсь припущення. Судження – це коли висновки вже зробили за нас і хочуть переконати у їхній правильності.

1. «Цей текст написаний українською мовою і містить дев'ять слів» – факт, який можна перевірити, не викликає емоцій, однозначний.

2. «Цей текст дуже корисний для всіх, хто його читає» – судження, яке містить узагальнення. Ми щиро сподіваємося, що наші поради стануть вам у пригоді, але це все одно лише наше припущення.

Проведіть експеримент.

Відкрийте вашу стрічку новин у твіттері або фейсбуці. Чого більше в інформаційному просторі навколо вас – суджень чи фактів? Запишіть перші п'ять тверджень, які побачите, в першій або другий стовпчик і проаналізуйте, чого більше.



Важливо! Розмежування фактів і суджень є одним зі стандартів журналістики. Тому пам'ятайте, що професійні журналісти не мають нав'язувати вам свої думки.

Когнітивні викривлення

У вас були такі ситуації, коли людина не мала слушності у чомусь, але що більше ви її хотіли у цьому переконати, то більше вона наполягала на своєму? Інколи ми також будемо такими, особливо якщо певна тема нам близька.

Чому так стається? У психології є поняття «когнітивні викривлення». Наш мозок не може знати все, але йому важливо створювати ілюзію знання, впевненість у чомусь. Коли ми маємо певне припущення, ставлення до чогось, то автоматично займаємося лише збором інформації, яка б його підтверджувала. Тоді вступає у дію підтверджувальне упередження (confirmation bias): ми не перевіряємо ту інформацію, що підтверджує наші тези, й ігноруємо дані, які спростовують їх.

Щоб зменшити кількість таких когнітивних викривлень, насамперед потрібно усвідомити, що вони властиві всім людям. Це не ваша провина – так працює людський мозок. Намагайтеся впускати в своє життя й інформаційний простір протилежну думку. Будьте уважними до всіх фактів.

Джерела:

<https://hbr.org/2013/10/research-the-emotions-that-make-marketing-campaigns-go-viral>

<https://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots>

День 4. Випади в бік



Розумійте, як працюють медіа

Довкола нас щодня відбувається набагато більше подій, ніж медіа можуть висвітлити. Тому редакціям потрібно відфільтрувати інформацію.

Ось чим послуговуються медіа, коли готують новини:

- Правилами наближення інтересів – чи цікаво це їхній аудиторії.
- Редакційною політикою – редакція сама визначає, що вони хочуть подавати своїй аудиторії, або ж це визначає їхній власник.
- Алгоритмами соцмереж та трендами.



Журналістські стандарти

Є такі фундаментальні журналістські стандарти:

- **Достовірність і точність.** Робота журналіста – це перевірити всі факти у відповідних джерелах і визначити їхню компетентність. Ці джерела мають бути ідентифіковані, надійні, їх має бути кілька.
- **Оперативність і повнота інформації.** Журналіст має максимально швидко висвітлювати актуальні події із зазначенням часу та самої новини. Журналіст має пояснити контекст, тобто додати так званий бекграунд.
- **Баланс точок зору.** Цей стандарт дає змогу побачити ситуацію зі всіх сторін. Якщо висвітлюється конфлікт, то всім його учасникам мають надати слово або озвучити їхні позиції. Також потрібно оминати псевдозбалансованість, коли аргументи сторін подаються як рівні, але для цього не існує підстав.
- **Відокремлення коментарів від фактів.** Думка журналіста має бути чітко відокремлена від фактів та коментарів експертів.



Синдром злого світу

Яку новину вам було б цікавіше побачити чи прочитати? «У цирку пройшов виступ без інцидентів»? Чи «У цирку під час вистави клоуна покусав пудель»?

Чому у медіа так багато новин, що шокують? Бо це справжня насолода для нашого мозку. У журналістів навіть є таке моторошне правило – «правило трупокілометрів»: що більше втрат генерує подія і що ближче до нас вона сталася, то більша цікавість аудиторії.

Відкладіть цей текст і відкрийте стрічку новин на будь-якому сайті. Прочитайте перші п'ять новин. Як ви себе після цього почуваете? Напевно, ви щойно прочитали про вбивство, війну, кризу або просто «зраду». Новини зосереджуються на високоактивних емоціях – страхах, злості тощо. Це може зіпсувати ваше сприйняття світу.

Дослідник Джордж Гербнер назвав цей феномен синдромом злого світу. Коли люди отримують багато негативної інформації, вони починають думати, що світ більш небезпечний, ніж він є насправді.

Що можна зробити, аби подолати синдром злого світу:

- Зосередьтеся на тому, що ви можете зробити, щоб вирішити проблеми, які стосуються вас та вашої спільноти.
- Уникайте ненадійних джерел.
- Якщо ви володієте іноземною мовою, читайте міжнародні медіа.
- Спілкуйтеся з людьми навколо і формуйте власну точку зору.
- Регулярно робіть цифровий детокс: деякий час не використовуйте смартфон і не дивіться телевізор.

День 5. ГІМНАСТИКА для ОЧЕЙ



Перевіряйте й аналізуйте інформацію

«Коли мама каже, що любить тебе, ти маєш перевірити це мінімум у двох джерелах», – жарт американських журналістів

У нас є лише 24 години у добі, які точно не можна витратити лише на перевірку всієї інформації, яку ми споживаємо. Краще навчитись перевіряти інформацію на надійність швидко. Ось на що треба насамперед звертати увагу:

- **Де опубліковано?** Завжди читайте додатково про медіа. Зверніть увагу, чи є взагалі якісь відомості про медіа: засновник, власник, головний редактор, команда.

- **Чи містить новина посилання для перевірки?** Навіть якщо ви довіряєте певним ЗМІ та журналістам, вони мають завжди посилатись на джерела.
- **Хто ще опублікував?** Коли з'являється якась сенсаційна новина, важливо перевірити інші джерела.
- **Чого більше у тексті – фактів чи суджень?** Професійні журналісти не мають навіязувати власні думки. Якщо текст публікується як думка журналіста, він обов'язково має бути промаркований як «блог», «погляд» тощо.
- **Хто експерти та очевидці?** Важливо, щоб людина, яка намагається пояснити ситуацію, була справді спеціалістом у цій галузі. Звертайте увагу на те, що саме говорить експерт: це загальні фрази, емоційні заяви чи факти? Очевидці не можуть бути єдиними джерелом інформації – адже, як і всі люди, вони також можуть подавати її суб'єктивно.

Отже, запорака критичного мислення – це ставити питання.

Горизонтальне читання

Зазвичай ми читаємо сайти вертикально, гортаючи сторінку вниз-вгору. Команда Stanford History Education Group¹ пропонує застосовувати горизонтальне читання. Цей інструмент допомагає визначити, хто стоїть за інформацією, опублікованою на незнайомому ресурсі в інтернеті.

Не варто одразу читати сайт повністю. Натомість треба відкрити нові вкладки в браузері і почати одразу перевіряти інформацію, яку бачите. Оскільки ви рухатиметеся між різними вкладками в один бік та в інший, таке читання і називають горизонтальним.

Наприклад, новина «Студентів Оксфорда відправлять на картоплю через брак робітників з України»² не здивує того, хто одразу перевірить ресурс UaReview, на якому вона розміщена. Хоча на сайті зазначено, що він сатиричний, ця інформація стоїть внизу сторінки, тому побачать її не всі. Перевіривши назву UaReview у пошуковика, ми дізнаємося з Вікіпедії, що це – сайт сатиричних «фейкових» новин. Навіть не читаючи новину, ми дізнаємося, що це – жарт, і не будемо витрачати час на перевірку фактів у тексті.

На що варто звертати увагу:

- **Домен не може бути єдиним свідченням надійності інформації.** Наприклад, сайти на домені .edu не обов'язково пов'язані з офіційними сторінками навчальних закладів. На доменах .gov розміщують офіційну інформацію від органів державної влади, але на неї можуть впливати політики тощо.
- **Прізвища** (автор, особи, згадані в тексті).
- Шукайте інформацію **ще на 4-5 ресурсах** (це підвищує шанси на її достовірність).

1. <https://cor.stanford.edu/whats-at-stake/>

2. <http://uareview.com/studentiv-oksforda-na-kartoplyu/>

Які ресурси можна використовувати для горизонтального читання:

- Сайти фактчекінгових організацій (в Україні це StopFake³, VoxCheck⁴, По той бік новин⁵).
- Сайти новинних організацій (але пам'ятайте про власників і користуйтеся кількома джерелами).
- Використовуючи Вікіпедію, обов'язково перевіряйте цитування за лінками внизу статті.
- Горизонтальне читання можна використовувати і для аналізу дописів у соціальних мережах. Принцип такий самий, як і для сайтів.

🔗 Як розуміти статистичні дані

Зараз є чимало досліджень та опитувань громадської думки, особливо багато їх з'являється перед виборами. У них також часто ховаються маніпуляції. Перевірте дослідження за цим чеклістом:

Хто організатор і замовник дослідження? Знайдіть, чи проводила дослідження надійна організація.

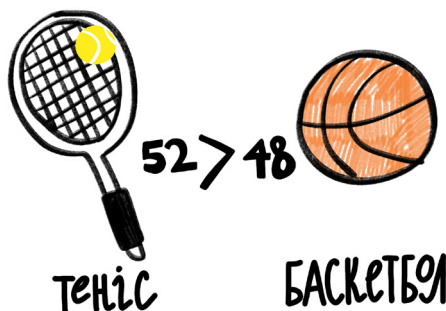
Де опублікували інформацію? Якщо тільки на сайті якогось кандидата на виборчу посаду, то об'єктивність дослідження відразу можна ставити під сумнів.

Кого і як опитували? Справжні соціологи багато працюють, щоб вибірка була якісна і в ній були різні представники населення. Існує велика різниця між опитуванням 10 та 1000 людей – останнє буде більш репрезентативним. Зверніть увагу на похибку – якщо вона більша за 4%, то краще дочекатись інших досліджень.

Подивіться на зображення внизу. Чи знайдете маркери поганого дослідження?

**Всі експерти стверджують: тенісу віддають перевагу більшість людей в Україні.
Теніс – запорука здоров'ю всієї нації!**

ЩО ВАМ ПОДОБАЄТЬСЯ БІЛЬШЕ?



*Опитано 1000 спортсменів, які практикуються на кортах по всій території країни окрім маленьких міст

*Опитування проведено Ракетка Сервіс на замовлення Тенісної Асоціації України.
Деталі на сайті: vsimtenis.com.ua

3. <https://www.stopfake.org/uk/golovna/>

4. <https://voxukraine.org/uk/category/proekti/voxcheck-uk/>

5. <https://www.facebook.com/behindtheukrainenews/>

Ви вже, напевно, побачили, що не так з цим псевдодослідженням:

- Заголовок, під яким подається дослідження, є маніпуляцією. Саме дослідження не дає жодного підтвердження тому, як теніс впливає на здоров'я нації.
- Припустимо, що населення України – це 42 мільйони людей. Вибірка дослідження – 1000 спортсменів. За допомогою калькулятора похибки ми розраховуємо, що похибка в цьому випадку – 3%. Розрив між любителями тенісу та баскетболу невеликий, і ми не можемо сказати напевно, що спортсменам подобається більше: може виявитися, що 55% спортсменів люблять теніс, або ж 51% спортсменів – баскетбол.
- Опитування проведене серед спортсменів, тому результати не можуть описати все населення країни, оскільки вся країна не є спортсменами.
- Спортсмени, яких опитали на тенісних кортах, також не є репрезентативною вибіркою, тому що вже мають зацікавленість у тенісі.
- Дослідження проведене компанією, яка, ймовірно, має певну зацікавленість в тенісі. На це вказує її назва, замовник дослідження та сайт, на якому опубліковані результати.

Джерела:

<https://cor.stanford.edu/whats-at-stake/>

<https://www.stopfake.org/uk/golovna/>

<https://voxukraine.org/uk/category/proekti/voxcheck-uk/>

<https://www.facebook.com/behindtheukrainenews/>

<https://www.surveymonkey.com/mp/margin-of-error-calculator/>

День 6. Розтяжка для спини



Розпізнавайте маніпуляції

🔪 Маніпуляції з фото

Наш мозок обробляє зображення значно швидше, ніж текст. Тому фотографії – ідеальне поле для маніпуляцій. Їх можна відредагувати або використати в іншому контексті.

Як розпізнати маніпулятивне фото:

- «Дивні» деталі. Наприклад, людина тепло вдягнена, а в підписі вказано, що це літо.
- Відсутність авторства/джерела фото.
- Невідповідність змісту фото темі публікації.
- Емоційність фото.

Якщо фотографія видається підозрілою і у вас є час, ви можете вдати детектива і перевірити її.

Рівень «Детектив-Аматор»

Пошук фотографії через «Google Зображення». Результати можуть містити подібні зображення, сайти, на яких є ці зображення, та ці зображення в іншому розмірі. Зверніть увагу на те, чи додані деталі, знайдіть відмінності, подивіться, на який сайтах використовувалася ця фотографія та які новини вже ілюструвала.

Рівень «Детектив-Небайдужий»

Додатково можна використовувати сервіс зворотного пошуку зображень **Tineye** (tineye.com). Цей ресурс допоможе визначити, де і коли фотографія використовувалася вперше. Розширення Tineye можна встановити в браузерях Firefox, Chrome і Opera.

Рівень «Детектив-Професіонал»

Сервіс перевірки фотографій fotoforensics.com розроблявся для полегшення життя розслідувачів. Функція ELA (Error Level Analysis) аналізує рівень стиснення зображення, який на оригінальному фото має бути однаковим. Якщо якась деталь додана штучно, вона підсвічуватиметься білим.

Рівень «Детектив-Шерлок-Голмс-би-заздри»

Використайте **Google Street View**, якщо в підозрілій новині йдеться про подію, яка відбулася, наприклад, на площі якогось міста. Щоб перевірити, чи на фото або відео зображена справді ця локація, знайдіть її на Google Maps google.com.ua/maps і натисніть опцію Street View.

До того ж у деяких випадках інформація про геолокацію може бути «зашита» в метаданих фотографії. Щоб дізнатися про це, використовуйте ресурси, які показують дані про параметри зображення (EXIF). Наприклад, exif.regex.info.

Важливо! В соціальних мережах ви завжди можете поскаржитися на публікацію, якщо ви думаєте, що це фейк. Наприклад, у фейсбуці натисніть на три крапки у правому верхньому куті публікації, оберіть пункт **Надіслати запит на підтримку або скаргу на допис** і вкажіть **Неправдиві новини**.

Т Маніпуляції з відео

Щоб не потрапити на гачок маніпуляторів, звертайте увагу на такі пункти:

- Інтонація та міміка ведучого або журналіста можуть налаштувати вас на сприйняття інформації під певним кутом.
- Уважно подивіться, чи відповідає картинка на екрані тому, що говорить ведучий.
- Чи застосовується музика або додаткові шуми, звуки? Які емоції вони викликають?
- Кому в ефірі надають слово, а кому – ні?
- Сюжет повідомляє інформацію чи намагається сформувати певне ставлення до проблеми?

Маніпуляції з заголовками

«Шок-контент! Терміново! Сенсація! ВІДЕО». Журналісти часто використовують у своїх заголовках елементи драми та сенсації. Такі заголовки називають **клікбейтними**, бо вони привертають нашу увагу і викликають бажання перейти за посиланням. Ознакою клікбейту може бути емоційність, інтрига, а також наявність однієї або кількох складових з формули «6С + 1Г» (секс, смерть, страх, сміх, скандал, сенсація, гроші). Відкрийте свою стрічку в соціальній мережі чи агрегаторі новин і знайдіть клікбейтні заголовки.

Чим небезпечні маніпуляції заголовками? 59% користувачів не переходять за посиланням, яке вони поширюють. Така поведінка сприяє засміченню інформаційного простору і поширенню дезінформації.

Маніпуляції в соціальних мережах (боти, тролі, фейкові інфлюенсери)

Чи означає велика кількість підписників, що перед вами сторінка лідера думок? Не завжди. Фейкові інфлюенсери виглядають як справжні, але більшість їхніх підписників – фейкові сторінки та боти. Часто за такою сторінкою може стояти ціла група людей, яка хоче вплинути на громадську думку з певного питання.

- Порахуйте рівень залучення підписників. Оберіть кілька дописів на сторінці й порахуйте середню кількість лайків (реакцій) під ними. Отримане число поділіть на кількість підписників та помножьте на 100. Для сторінок з кількістю підписників від 2000 до 5000 рівень залученості буде становити орієнтовно 6%. Для 10-25 тисяч підписників коефіцієнт буде приблизно 3-3,6%, для сторінок з понад мільйоном підписників – 1,5%. Якщо коефіцієнт менший, то, ймовірно, що підписники «накручені» штучно.
- Перевірте лідерів думок. Пошукайте їх в пошуковикі або на сайтах організацій, про які вони згадують у своїх профілях в соціальних мережах. Зазирніть на сторінку webtii.com. Цей ресурс шукає цифрові сліди за іменем людини, а також показує рівень її активності в мережі.
- Почитайте коментарі. Якщо під дописом багато коментарів, але більшість з них – емодзі, беззмістовний набір слів, наявні однакові коментарі під різними дописами, це вказує на залучення ботів для збільшення популярності сторінки.

Джерела:

<https://hal.inria.fr/hal-01281190>

<https://sproutsocial.com/insights/fake-influencers/>

ДЕНЬ ПОЗА ЛОТОСА



Будьте частиною рішення

Наші публікації, лайки і поширення можуть мати вплив на те, як інші люди реагують на події. Ми надаємо перевагу і довіряємо інформації, яку отримуємо від власного оточення. Тому нам всім потрібно усвідомити, яку роль ми відіграємо в тому, що споживають наші друзі, родина та колеги.

Проаналізуйте свій контент, бо ви також маєте вплив на своє оточення, навіть якщо вам так не здається. Якщо ви колись щось постили або репостили у Facebook, ви маєте власний міні-рупор.



Подивіться на останню публікацію, яку ви створили або якою поділилися і проаналізуйте її.

- Я відкрив/відкрила посилання, яким поділився/поділилася.
- Я прочитав/прочитала не тільки заголовок, а й статтю.
- Я подивився/подивилася відео до кінця.
- Я перевіряв/перевірила налаштування приватності і розумію, хто побачить цю публікацію (мама, бабуся, колеги, нинішній або потенційний керівник, люди на фейсбуці, яких ви не знаєте, або всі, хто зайдуть на мою сторінку).
- Я перевіряв/перевірила приховані дані (EXIF), як-от геотеги на фото та відео, і впевнений/впевнена, що вони відсутні або розумію, що хтось може отримати доступ до цих даних.
- Я подумав/подумала, чи образить моя публікація інших людей, і якщо так, то я готовий/готова до наслідків.
- Я розумію, що ця інформація залишить цифровий відбиток і буде існувати в мережі через 10 років.
- Коли я поширюю інформацію про інших, я думаю, як це на них вплине або питаю в них дозвіл на публікацію.
- Я розумію, що люди, які мені довіряють, можуть не перевіряти інформацію, яку я поширю.
- Я перевіряв/перевірила інформацію, якою збираюся поділитися, в декількох джерелах.
- Я знаю або перевіряв/перевірила автора публікації (реальні ім'я та фото, кількість підписників, коли створено акаунт, що ще розміщено на сторінці).
- Я зробив/зробила паузу і впевнився/впевнилась, що ніхто не тисне на мої емоції заради репосту (наприклад, фразами «максимальний репост», «допоможіть грошима», «виходьте всі», «досить терпіти», «зробимо це»).



Так, ми погоджуємося, що цих пунктів багато, і взагалі-то у вас є безліч інших справ. Потрібно чимало енергії, особливо спершу, щоб стільки часу витратити на відповідальне поширення та споживання інформації. Та важко буде тільки спочатку. Медіаграмотність – як м'яз, її потрібно тренувати. Але, як і в спорті, до цього звикаєш. Ви навіть не помітите, як ваш мозок буде відрізняти фейки, аналізувати достовірність інформації й контролювати емоції. Заряджайтеся медіаграмотністю щодня!

Матеріали розроблені в межах проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що виконують міжнародна організація IREX у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української Преси і за підтримки Посольств США та Великої Британії.

«Зарядка з медіаграмотності» створена для виставки Data CTRL Centre datactrlcentre.com

Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією IREX, а також Урядів Великої Британії та США.

