

5.

TRAŽITE ISTINU NA INTERNETU

Izraz "lažne vijesti" koristi se za širok raspon netočnih ili obmanjujućih informacija, uključujući satiru, slabo istražene ili neprovjerene sadržaje, podvale, šale i prevare. Lažne vijesti se ne šire uvijek zlonamjerno, ali bez obzira na razlog zbog kojeg se dijele, rezultat je općenito isti: ljudi na prijemnoj strani tih informacija vjeruju u nešto što je zapravo netočno ili se nikada nije dogodilo.

U najboljem slučaju, to može biti šaljivi meme. U najgorem slučaju, to mogu biti netočni zdravstveni savjeti ili lažne političke informacije.

Čak ako istražujete i postavljate kritička pitanja o informacijama iz članaka koje ste pročitali, oni vas svejedno mogu zbuniti. Ali znajte ovo: niste samil!

Sve ruke na palubu

Samo zato što web stranica ne priznaje svoje pogreške, ne znači da ih nema. Zapravo su najpouzdanije publikacije one koje su vrlo oprezne s istinom i zapošljavaju ljude ili čitave odjele čiji je jedini posao provjera činjenica.

Potražite izvore koji izdaju ispravke kada su u krivu. Još je bolje kada je ažuriranje sažeto na vrhu članka i podijeljeno na društvenim mrežama, tako da ga ne morate pretjerano tražiti.

6.

PUKNITE SVOJ MJEHURIĆ S FILTROM

Nakon što web stranice i aplikacije izgrade profil vaših interesa, mogli biste se naći u mjhuriću s filtrom. Ovo stanje se javlja kada vas usluge „hrane“ sa sve više priča sličnih onima na koje ste već kliknuli. Kako to možete ograničiti ili promijeniti teme o kojima čitate?

Biti zarobljen u mjhuriću filtra znači da će različiti ljudi vidjeti potpuno drugačije priče, naslove vijesti, članke i oglase o sličnim temama, kao što je prikazano u interaktivnom članku Blue Feed, Red Feed (graphics.wsj.com/blue-feed-red-feed).

Ako znate da gledate posebno za vas dizajnirani algoritamski uređen sadržaj u vašim aplikacijama i web lokacijama, pitanje je: Kako izaći izvan tog oblacića s filtrom?

Promijenite smjer vjetrova i promiješajte svoje vijesti

Dobar način da puknete oblacić filtra je pretplatiti se na usluge koje prikupljaju vijesti i informacije iz različitih izvora i s raznolikim perspektivama. RSS feedovi, forumi i popisi za slanje pošte koji imaju široki spektar mišljenja i tema mogu vam pomoći da vidite izvan svog oblacića. Global Voices (globalvoices.org) i The Syllabus (the-syllabus.com) izvrsne su mogućnosti za početak.

Aplikacije, web stranice i internetski mediji mogu biti presudni za pristup vijestima, savjetima za bolji život i zabavi. Pronalaženje željenih informacija može biti otežano zbog velike količine sadržaja i distrakcija koje nas okružuju u virtualnom svijetu.

Štoviše, ponekad je teško utvrditi razliku između činjenica i fikcije kada na mreži naiđete na video, sliku ili članak. Od upitnika ličnosti koji vas pokušavaju profilirati, šokantnih naslova i izmijenjenih fotografija ili videozapisa koji vas mogu uvjeriti u

potpuno drugačiju stvarnost, ono što vidite na mreži nije uvijek ono što se čini.

U ovom Detoksu podataka istražiti ćete teme povezane s dezinformacijama i modernim rječnikom, počevši od pogleda izbliza na vašu odgovornost, a zatim proširujući sliku, istovremeno dobivajući savjete kako pronaći svoj put kroz ono što nas okružuje.

Idemo!

datadetoxkit.org #datadetox

Proizvod

TACTICAL
TECH

Podržan od

 Save the Children
100 ANNI



Financira
Europska unija

D A T A
D E T O X
K I T

6 SAVJETA ZA IZBJEGAVANJE ZABLUDA NA MREŽI

1.

SHVATITE SVOJU MOĆ STVARANJA VALOVA

Sviđanje, dijeljenje, ponovno objavljivanje - sve ove radnje opisuju na koji način komunicirate s onim što vidite na mreži - i vaše interakcije čine veliku razliku. Kad se dovoljno ljudi bavi slikom, videozapisom ili objavom oni po definiciji postaju "viralni" jer se brzo šire po mreži ili platformi.

Odvojite trenutak i zapitajte se: „**Kakav je moć utjecaj na mreži?**“ Kada ste zadnji put vidjeli šokantan ili smiješan članak, naslov, video ili sliku, te ga za nekoliko sekundi već prosljedili svojim prijateljima? Istraživači su pronašli da su priče i slike koje će vjerojatno postati viralne one zbog kojih osjećate strah, zgroženost, strahopoštovanje, ljutnju ili tjeskobu. Ako ste ovo učinili jutros, ne osjećajte se loše!



Dijeljenje je znak brige

Dijeljenje je oblik sudjelovanja. Kada nešto podijelite (bilo što), postoji šansa da to što ste podijelili postane viralno. Ako se, na primjer, ispostavi da je objava lažna, doista želite da se uz nju veže vaše ime i ugled? Prije nego što podijelite vezu, razmislite širite li možda nešto neistinito, destruktivno ili otrovno.

2.

RAZMISLITE DVAPUT PRIJE NEGO ŠTO ISPUNITE TAJ UPITNIK OSOBNOSTI

Kada ste zadnji put vidjeli kviz (bilo u tekstualnim ili foto filtrima) koji se zove poput:

- Koje ste desetljeće?
- Koja je tvoja duhovna životinja?
- ... popis se nastavlja!

Iako postoji šansa, da je ovo doista bio zabavni kviz osmišljen kako bi vas primamio na rješavanje i angažman, moguće je i da su pitanja bila pažljivo izrađena za prikupljanje podataka i kategorizaciju vaše osobnosti, na temelju tzv. psiho metrijskih obrazaca.

Svoje odgovore na kviz poput "Koji ste lik iz Simpsona?" s ostalim navikama koje možda nadgleda vaš preglednik, aplikacija ili povezane stavke poput kartica vjernosti, analitičarima podataka mogu dati jasnu sliku kakva ste osoba, do čega vam je stalo i kako mogu na vas utjecati da kupite par cipela (na primjer) ... ili kako bi uz pomoć profiliranja odredili najbolju metodu putem koje bi pokušali utjecati na to da na sljedećim izborima glasate na određeni način.

Čuvaj više tajni

Kad pomislite na privatne podatke, možda su vam prve stvari koje vam padnu na pamet vaše lozinke, identifikacijski broj i broj bankovnog računa. Ali detalji o vama, poput onoga što vas plaši, što vas živi i vaše ambicije, jednako su osobni. Analitičari podataka ove podatke mogu smatrati vrijednima, rasvijetljavajući ono što vas tjera da budete osoba. Dobro razmislite prije nego što date takve informacije u anketi ili kvizu.

3.

NE GRIZITE MAMAC

Klik - mamac pojam je koji se koristi za opisivanje senzacionalističkih, nepoštenih ili izmišljenih naslova koji se koriste s namjerom da navedu ljude da kliknu na naslov ili poveznicu. Što publika više pažnje posveti članku, videozapisu ili slici, putem klikanja to će više novaca vjerojatno zaraditi. To znači su kreatori motivirani da kažu sve što je potrebno kako bi vas naveli da kliknete ili podijelite njihov sadržaj.

Na osnovu profila osobnosti koji o vama grade platforme koje koristite (poput Facebooka i Instagrama), možda ćete dobiti prilagođene naslove koji stvoreni su da pokrenu vaše osjećaje na način koji je najvjerojatniji da biste kliknuli.

Klik-mamac se često povezuje uz pogrešne informacije, ali to ne mora uvijek biti slučaj. Jednom kada naučite prepoznati naslove klik - mamaca, primijetiti ćete ih posvuda po YouTubeu, blogovima i tabloidima.

Idi na izvor

Kad se suočite s klik-mamacem, nemojte se zaustaviti na naslovu. Ako se poveznica doima sigurnom, kliknite na članak i saznajte tko je autor, kada je objavljen i na koje se izvore poziva. Postoji mogućnost da u članku postoji napomena da se radi o plaćenom sadržaju ili oglasu ili je možda kategoriziran kao mišljenje. Ovi detalji mogu vam pomoći da odlučite vrijedi li ga čitati.

4.

PAZITE NA LAŽI

Deep fakes su videozapisi, audio isječki ili slike koji su već bili snimljeni digitalno izmijenjeni, obično za zamjenu nečijeg lica ili pokreta ili kako bi promijenili njihove riječi. Iako je "duboka krivotvorina" novi izraz, zapravo je postojao u drugom obliku desetljećima. Još je lakše stvoriti takozvani jeftini lažnjak - obmanjujući sadržaj za nastanak kojeg nije potrebna sofisticirana tehnologija, ali umjesto toga može se stvoriti jednostavnim stavljanjem pogrešnog naslova na fotografiju ili videozapisu ili upotrijebiti zastarjeli sadržaj kako bi se ilustrirao trenutni događaj.

Možda se čini nemogućim istinski se boriti protiv krivotvorina, ali postoji nešto što je ključno i što možete učiniti... ostanite čvrsto na tlu.

Ostanite uzemljeni i istražujte

Baš kao kad imate posla s klik-mamacem, nemojte stati na naslovu. Ako se videozapis ili fotografija koju ste vidjeli čini iznenađujućim ili nečuvanim, prepoznajte taj osjećaj i uzmite u obzir da se možda iza naslova krije više od onoga što je vidljivo na prvi pogled. Također, ako primijetite da se ista slika javlja u vašim novostima ili je više puta podijeljena s vama, shvatite to kao poticaj da ju istražite detaljnije i otkrijete njen pravi izvor.

Tada ćete poželjeti postaviti više pitanja: tko ju je objavio (koja web stranica, tko je autor)? Kada je objavljena? Ako je riječ o slici, pokrenite obrnuto pretraživanje prema slici na TinEye i pogledajte gdje je još možete pronaći.

Provjerite druge vjerodostojne izvore vijesti prije nego što povjerujete u njezinu istinitost i vjerodostojnost te prije nego što je podijelite s prijateljima i obitelji.