

Open Space

ПРОТЦДІЯ

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ

Форум рішень  
в Україні

Київ, 5-6.12.18

# Зміст

## Теми та питання до обговорення

1. Як закрити пропагандистські медіа, такі як News One, [strana.ua](http://strana.ua), 112-канал?
2. Як поширювати спростування фейків так само ефективно як поширювати фейки?
3. Система, що збирає та спростовує інформацію, а потім візуалізує ці дані для подальшого використання
4. Эмоциональный окрас текста как метод манипуляции общественным мнением и дезинформации
5. Міжнародна організація системи оцінки чистоти інформації / Інститут дослідження darknet/інфопростору
6. Тлумачний словник термінів цивільних та військових аспектів гібридної війни
7. Як визначаємо дезінформацію? Які бувають форми дезінформації? Чи на всі форми потрібно реагувати?
8. How desinformation impacts people and their attitude to experts and what could be done about it?
9. Інформаційна безпека

## Наступні кроки, проекти, ініціативи

- A. Звіт прозорості відео політичної реклами
- B. [AttackIndex.com](http://AttackIndex.com) - information threats identification NGO RIK (CIC). Council of information and cyber security
- C. Internet governance forum XIGF-UA. Youth Ukrainian Internet Governance Forum «Youth IGF-UA»
- D. Factchecking delivery marketplace. Secure portal for people to report and verify disinformation
- E. Інформаційний антивірус
- F. Fight disinformation on TV & Radio
- G. Learn to Discen. Info-media literacy (IREX project)
- H. Chrome-browser media ratings

# ПРОТОКОЛ ОБГОВОРЕННЯ | DISCUSSION PROTOCOL

Як закрити проплатану естетичної медіа, такі як News One, Страна.иd. 112-канал



## Питання | Issue

## Результати | What has been discussed

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

Державі? Варто розслідувати фактори фінансування і те звідки береться реальне управління політикою медіа.

- медіа-організації, які добришуться етикетів, мають створити асоціацію і виробити принципи стандарту і тих хто їх не добришуться не вважати журналістами і ЗМІ.

Відкриті питання:

- Чи є здатність у держави провести розслідування?

- Якщо створювати медіаасоціацію, то чи заводити банкоматом пропандується цих медіа вам брати участь.

- Чи виробити критерії за якими закрити?

→ ~~Закрити~~

## Ініціатор\_ка | Convener

Ім'я та прізвище | Name

## Учасники\_ці | Participants





# ПРОТОКОЛ ДОПОВНЕННЯ | PROTOCOL OF AMENDMENTS

## Ідеї, міркування, питання, доповнення до № ①

Ideas, remarks, insights, questions

Зробіть свій внесок і зазначте ім'я. Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо

Please make your contribution KISS and leave your name

Питання: Чи можна застосувати процедуру банку рос. каналів до цих ЗМІ?

Можливо має мети середств провадити результування аналітичн процедури МІС

"чарга ліміт" для скари

1. страна.иа
  2. NEWS1
  3. вєстч
  4. 112
  5. TOT15
- } на кого вплив?

- рішення суду
- спілка журналістів
- ↓
- перезапустити
- ↓
- рекомендац (5 людей)
- зменшити потрєрність
- ↓
- запропонувати експертн прфкт
- перелік критеріів екості
- открить уголовное дело
- пропат. сучасних каналів







# Як ефективно поширювати спростування фейків?

\* Формат : — video  
— social video  
— карти  
— кеймеризми

\* визначає фейків

\* HO спростування

\* AR for TV / APP detecting Fake on TV

\* ⇒ графіка усе поширення фейків

\* опреділити, що є фейк

\* вірусність

\* influencers

\* FB TV → contact factchecker  
+ online ZMI / значок "фейк"

\* поширити відомості по FC

\* "чорний список" ЗМІ / ↑ вігноризація

\* gamification

\* мобілізація / залучення

\* рейтинги фейків = медіа грамотність

\* VK OK

\* ТБ Ⓢ ← присутність  
— властивість



# ПРОТОКОЛ ДОПОВНЕННЯ | PROTOCOL OF AMENDMENTS

## Ідеї, міркування, питання, доповнення до № 2

Ideas, remarks, insights, questions

Зробіть свій внесок і зазначте ім'я. Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо

Please make your contribution KISS and leave your name

Оксана:  
англійськомовний ресурс коротких історій  
під назвою "кафеш" мені

Велика готівка від медіа швидкого підходу до готівки

**Питання | Issue**

Система, що збирає та структурує інформацію, а потім візуалізує ці дані для подальшого використання

**Результати | What has been discussed**

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

Що цікаво широкому загалу:

- статистика по ЗМІ, які найчастіше публікують фейки
- в яких регіонах яка інформація розповсюджується
- підбірка новин (тематик), про які найбільше писали в контексті якоїсь теми більш широко (як взагалі, так і дезінформації)
- перевіряти цей акаунт не постить фейкову інформацію

Дані мають бути НЕ персоналізованими.

Персоналізовані дані → тільки для "спецслужб" (з метою протидії у інформаційній війні)

Важливо: співвідносити дані між ЗМІ, різними акаунтами тощо; розуміти джерело, з якого розповсюджувалась інформація; вказувати методику дослідження даних; бачити, як і в якій розповсюджувалась інформація; використовувати тільки публічно доступні дані

**Ініціатор\_ка | Convener**

Ім'я та прізвище | Name

Лілітос Каталіа

**Учасники\_ці | Participants**

Тор, Людмила, Олексій та інші



**Питання | Issue** Емоціональний окрас тексту  
як метод маніпуляції обш. мислення і  
дизайнпроцесами

**Результати | What has been discussed**

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

- коб когали пошмань и пользовиши  
емоционального окраса текста было  
intended or not
- ~~все~~ аналізу матеріалу на використання  
техник цвет experience and design goal <sup>привлечение</sup>  
<sub>читателя</sub>
- використання в соединамш с анамшом чего-  
чмкв (fact checking), интегрированы  
показатель со степенью экспрессии текста  
и семантической схожостью смысла текста с  
уже определенными фэйками
- ~~образ~~ медиа грамотность - учить распознавать  
использования техники коммерческого эмоц. посылы  
читателю

**Ініціатор\_ка | Convener**

Ім'я та прізвище | Name

Cooper

**Учасники\_ці | Participants**

James



# ПРОТОКОЛ ДОПОВНЕННЯ | PROTOCOL OF AMENDMENTS

## Ідеї, міркування, питання, доповнення до № 4

Ideas, remarks, insights, questions

Зробіть свій внесок і зазначте ім'я. Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо

Please make your contribution KISS and leave your name

Можливість <sup>автоматично</sup> ~~визначити~~ <sup>селекційне</sup> забарвлення ~~відо~~ (інформація; керування <sup>визначає</sup> ~~ресур~~)







**Питання | Issue** Міжнародна організація  
своєю метою отримати інформації / Інститут досліджень

**Результати | What has been discussed** darknet / інформація

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

- рейтинг держав, що найліше підвержені дезінформації
- уніфіковані методи керування для визначення джерел: призначення ударів
- попередження і відвернення загроз суспільної думки
- на базі наукових, медіа, суспільних експертів - Інститут
- тренування / кооператив: по географічним, рокам, галузям, механізмам впливу

**Ініціатор\_ка | Convener**

Ім'я та прізвище | Name

Еліна Шмурко-Табарова

**Учасники\_ці | Participants**

Табарова Д, Камішнікєва Т  
Помба Т., Рубін Е.



**Питання | Issue** Словник термінів / Терминологія  
чи відома; її особливі аспекти  
ібредної війни

**Результати | What has been discussed**

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

- зазначення експертів: військових, медіа, соціально-політичних, цитових
  - у формуванні термінів гід
  - Різниця сім'юю
  - онлайн грами до соборка
  - адантати / не люблять ООН, НАТО
- англійський / арабський / іспанський / китайський / російський / французький
- атл-є / француз.

**Ініціатор\_ка | Convener**

Ім'я та прізвище | Name

Еліна Шнурко-Табачко

**Учасники\_ці | Participants**

Рудін Е., Камюшкіна Т.,  
Понда Т., Табаров Д.





**Питання | Issue**

Як визначаємо дезінформацію? Які бувають форми дезінформації? Чи не всі форми потребують реагування?

**Результати | What has been discussed**

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання  
Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

Відсутнє єдине розуміння поняття дезінформації.

Однією з основних ознак має бути тілв заморієння шкору. Серед інших: змисловість та серйозність.

Важливо враховувати всі можливі джерела поширення дезінформації: ЗМІ (традиційні та Інтернет), блогери, акад. асоціації, social media, блог, блог, літери зом. думок та «емерши», аргументи, «живі банки», ресурси ООН, РРР тощо.

Мета протидії дезінформації:

- виявляти - зменшувати вплив, інформувати
- фіксувати/архівувати - запобігти
- дисперизувати зсередно - моркчуванням

Необхідно проробити ризики для реалізації концепції з тією метою.

**Ініціатор\_ка | Convener**

Ім'я та прізвище | Name Ігор Розиларай  
Тіма Волорівська

**Учасники\_ці | Participants**





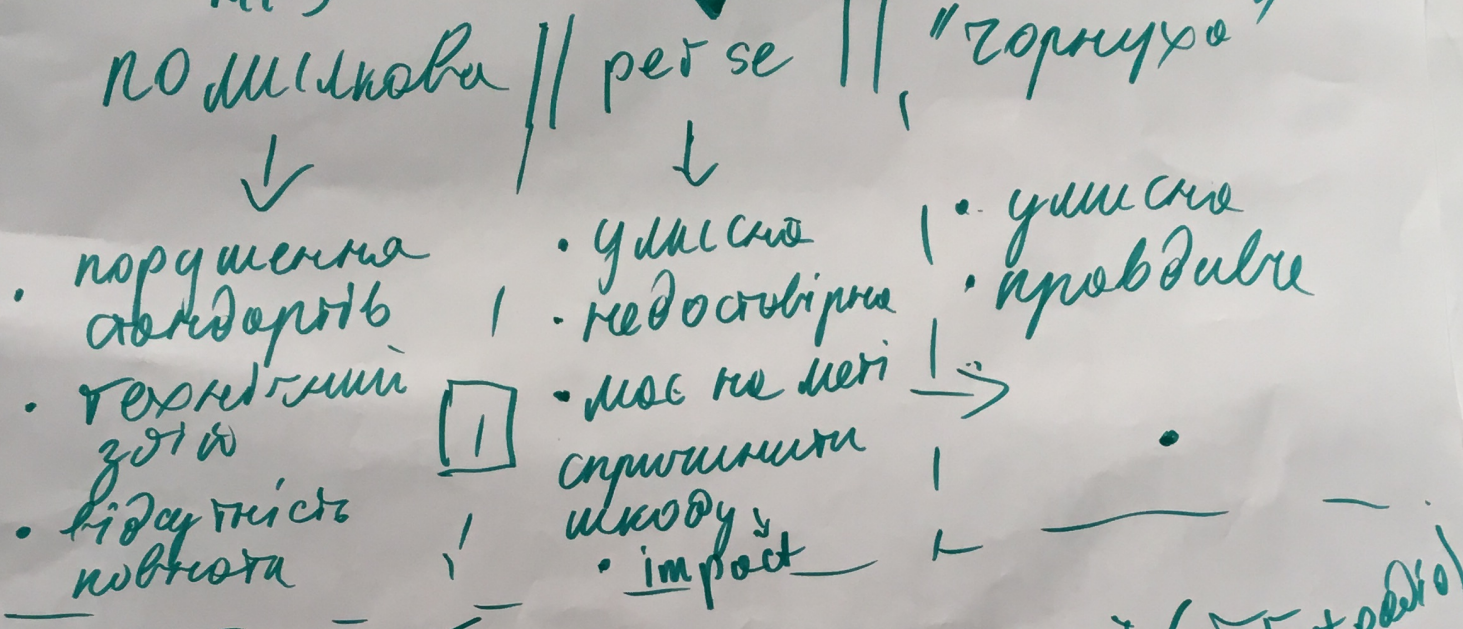
# МЕГА

# Ризики

- Мульти
- Відділи/філіяли
- зменшити вартість  
рівневолати
- ЗАМОДІТИ
- меркантилізм  
(пріоритети проекту)



# Дезинформація



→ пред + електронні ЗМІ (ІТ + пред)  
інформационні мережа — з-ва керує.  
→ Social media

- е-пред, vlogs, блогери (ІТД, <sup>політика</sup> <sup>квоти</sup> <sup>рекорди...</sup>)
- мережі (int.net; google news +...)
- "зубні бички", боти
- "Мутян", <sup>квоти-</sup> <sup>Українська преса</sup> <sup>пропобді</sup> <sup>погр пред'явлю</sup>
- \* ресурси ОРДЛО, РР, ПМП

15

КАНАЛИ

# ПРОТОКОЛ ОБГОВОРЕННЯ | DISCUSSION PROTOCOL



**Питання** | Issue How disinformation impacts people and their attitude to experts and what could be done about it?

**Результати** | What has been discussed

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

\* Fakesradar.org

**Ініціатор\_ка** | Convener

Ім'я та прізвище | Name

Anastasiia Lykolat

**Учасники\_ці** | Participants

Геннадій (Українська Прима)  
Форум громадської етики міста  
країні Європи партнерів

Обізнана (Fakesradar.org)  
Володимир (GIG Group)  
Google  
Мейбо (Freedom House)





# ХТО Є ЕКСПЕРТ?

- \* той, хто коментує у ТБ/медіа
- \* реталії (реальні/вигумані)
- \* незалежний фактчекер
- \* МАЄ досвід
- \* визнаний спільнотою
- \* той, кого признають
- \* той, хто себе ТАК НАЗИВАЄ

- \* перевіряти САМ/САМА → «правила» формування контенту у ТБ
- \* база експертів на сайті ← з боку експертів тиск
- \* редакційна політика медіа
- \* PR експертних/аналітичних центрів
- \* співпраця з перевіреними контактами з інших центрів & не коментує усе
- \* соціальні мережі
- \* відповідальність за системні помилки
- \* критерії
- \* гроші? / конфлікт інтересів (розслідування дослідження)
- \* патіро & штапіро
- \* кейси про найпопулярніших експертів
- \* чим і як можна здохотити

# ПРОТОКОЛ ДОПОВНЕННЯ | PROTOCOL OF AMENDMENTS

## Ідеї, міркування, питання, доповнення до № 8

Ideas, remarks, insights, questions

Зробіть свій внесок і зазначте ім'я. Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо

Please make your contribution KISS and leave your name

Disinformation mainly supports peoples views, emotions, moods.  
Alternative and asymmetrical channels like raising awareness  
how smth works or what happened in history or how to find smth  
is a long-term, but effective way to prevent level of disinformation



Питання | Issue

Інформаційна безпека

Результати | What has been discussed

нові знання, важливі відкриття, висновки, відкриті питання

Пишіть чорною ручкою, стисло, зрозуміло, розбірливо | KISS: Keep it short and simple

- ① Phishing
  - додати ще Chrome Password Alert (не вилк. однокорист. паролів на бсї сайтах)
  - Smart Lock
  - 2 фактори ідентифікації
  - advanced protection g.co/advanced protection
  - перевірка безпеки g.co/securitycheckup

securityplanner.org
- ② Malware virus total.org
- ③ PPQS : Project Shield

Ініціатор\_ка | Convener

Ім'я та прізвище | Name

Учасники\_ці | Participants

Марія, Ігор, Володимир, Ольга і Віктор-Віктор-Віктор



# НАСТУПНІ КРОКИ | NEXT STEPS



**Назва проекту | Project name**

ЗВІТ ПРОЗОРОСТІ ВІДЕО ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

**Ціль проекту | Project goal**

ОЦІНИТИ БЮДЖЕТИ І ТАРГЕТИНГ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ, КОНКРЕТНІ СЮЖЕТИ

**Хто бере участь | Participants**

**Мої (наші) наступні кроки | My (Our) next steps**

ЩО   WHAT	ХТО   WHO	КОЛИ WHEN
Paulenko Alex. (paulenko.alex@gmail.com)	Еmy, Ideologist	
Maria Stechiv (stechivmaria@gmail.com)		
Tabakou Dmytro (dtabakou@attackindex.com)		
Marina Tanevska (mountains182@gmail.com)		
Henriadiy Maksak (henriadiy@gmail.com)		
Volodymyr Ivanov v.y.ivanov@gmail.com	GDC Kyiv	

**Дата і місце наступної зустрічі**

Date and place of next meeting

HANDOUTS

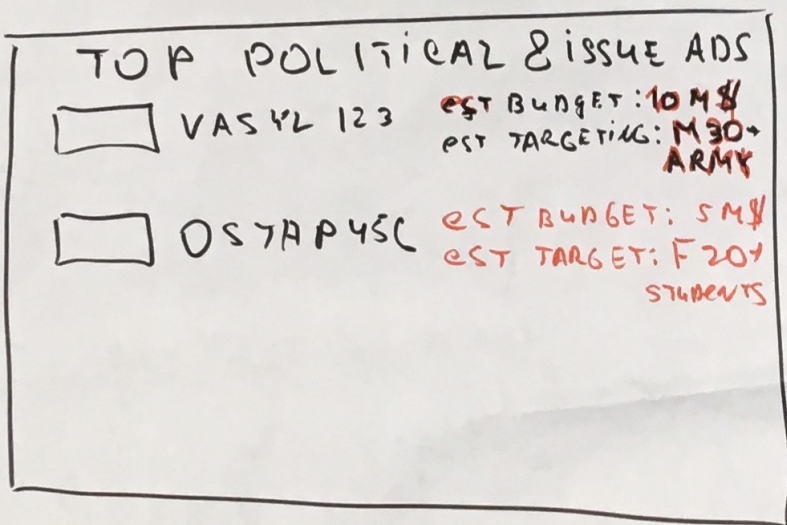
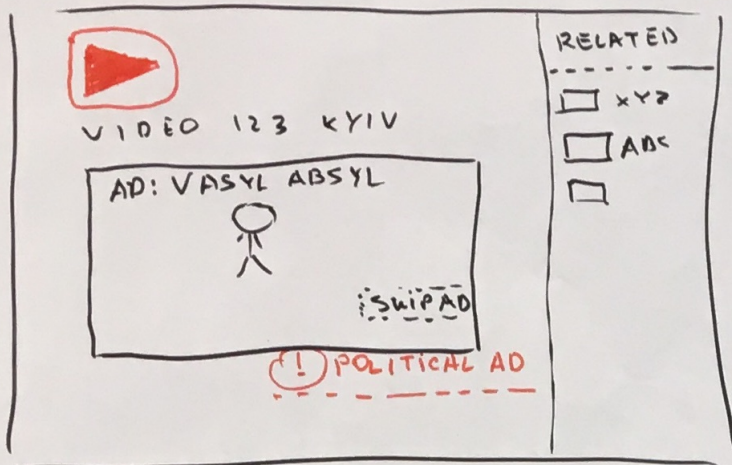
**Контактна особа | Contact Person**

(Ім'я та прізвище, тел., e-mail)

TARAS GAL KOVSKYI

eLIMGTA@GOOGLE.COM







ЗВІТ <sup>ВІДЕО</sup>  
- ПРОЗОРОСТІ РЕКЛАМУ  
ПОЛІТИЧНОЇ

МЕТА:

ЗА ГОМОГО РОЗШИРЕННЯ  
НА КОМП'ЮТЕРІ ВОЛОНТЕРІВ

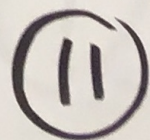
ЗБИРАТИ ВСІ РЕКЛАМНІ  
КАМПАНІЇ З ОБЛИЧЧЯМ  
КАМПУТАТІВ

- ВИНИТИ БЮДЖЕТ

- ВИНИТИ ТАРГЕТИНГ

АУДИТОРІЯ:

ЖУРНАЛІСТИ, ПОЛІТОЛОГИ  
(~~СПЕЦСЛУЖБИ~~)





- для користувачів:

• Інфографіка

• моб АПГ "ччя політична"  
вібуря

• Підєбічувати реклами  
об'єкти як "політична"  
РЕКЛАМА



# НАСТУПНІ КРОКИ | NEXT STEPS

B

**Назва проекту** | Project name

Attackindex.com - information threats identification  
 NGO RIK (CIC) Council of information and cyber security

**Ціль проекту** | Project goal

Виявлення інформаційних загроз, спеціалізація, оцінка інформаційних загроз

**Хто бере участь** | Participants

Олександр Табачук B B  
 Табачук Д.В., Камюшкієва Т.

**Мої (наші) наступні кроки** | My (Our) next steps

ЩО   WHAT	ХТО   WHO	КОЛИ WHEN
1) Проаналізувати роботу сайту attackindex.com існуючий сервіс attackindex.com	index system det.	1 month +
2) Висвітлити з профільних інформаційних/газетних видань		2 weeks
3) Скласти медіа-план за допомогою агентів збройної безпеки		2 months +

**Дата і місце наступної зустрічі**

Date and place of next meeting

14.12.2018 Бібліотека КРІ - 10:30

**Контактна особа** | Contact Person

(Ім'я та прізвище, тел., e-mail)

Олександр Табачук, otabakov@attackindex.com





ATTACKINDEX.COM

(already)

NGO RIK (CIC)

① Vocabulary civil and mil terms

② Expert-volunteers clustered and  
detected disinfo → institute

③ Premoderation for blocks → rate  
system complaints



# НАСТУПНІ КРОКИ | NEXT STEPS



**Назва проекту** | Project name

Internet Governance Forum X IGF-UA

Youth Ukrainian Internet Governance Forum II Youth IGF-UA

**Ціль проекту** | Project goal

multistakeholder platform for presenting safe open Internet

**Хто бере участь** | Participants

representatives of governmental, private sectors, civic society, academia, youth

**Мої (наші) наступні кроки** | My (Our) next steps

ЩО   WHAT	ХТО   WHO	КОЛИ WHEN
Halyna Koshulap h.koshulap@uci.org		
	EUFP	
5 February - Safer Internet Day	5.11.2019	5.11.2019
X IGF-UA	Org.	1X. 2019
II Youth IGF-UA	Committee	

**Дата і місце наступної зустрічі**

Date and place of next meeting

January 2019, meeting of Organizing Team

**Контактна особа** | Contact Person

(Ім'я та прізвище, тел., e-mail)

Oksana Prykhodko, sana.pryhod@gmail.com





# НАСТУПНІ КРОКИ | NEXT STEPS



**Назва проекту** | Project name

Factchecking delivery marketplace

**Ціль проекту** | Project goal

Let people delivering factchecking reports be recognized & paid.

**Хто бере участь** | Participants

Zyrene Kyrylenko

Alexander Noah

Dmytro Potekhin

Filimouchuk

Alex Pavlenko

Fedor Vlasenko

**Мої (наші) наступні кроки** | My (Our) next steps

Maria Danuska

ЩО   WHAT	ХТО   WHO	КОЛИ WHEN
Updating the project plan/budget	Potekhin	tonight

**Дата і місце наступної зустрічі**

Date and place of next meeting tomorrow

**Контактна особа** | Contact Person

(Ім'я та прізвище, тел., e-mail)

Dmytro Potekhin

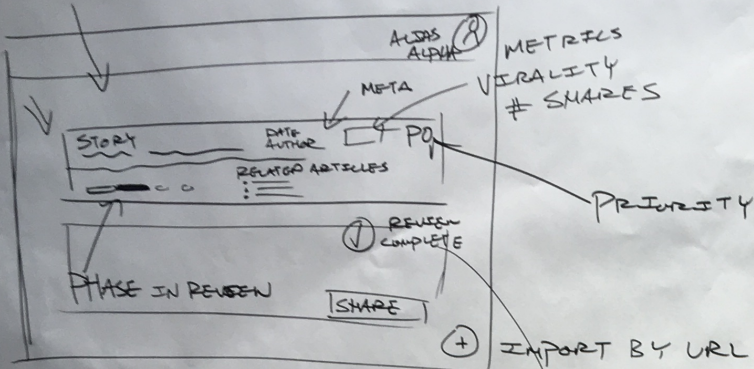
+380936153818

dp@fakesradar.org

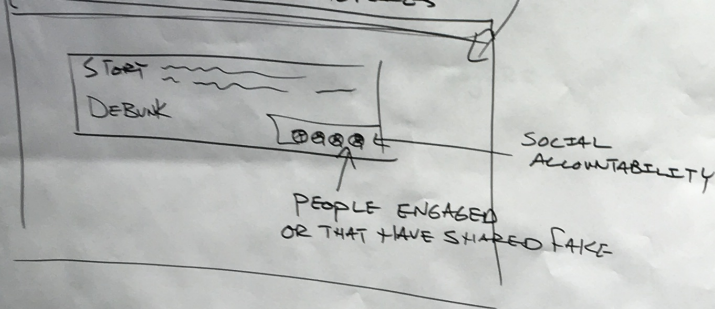




# FACT CHECKER QUEUE

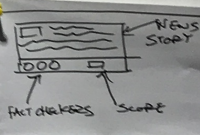
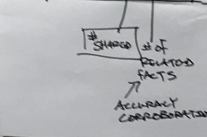
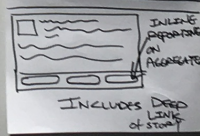
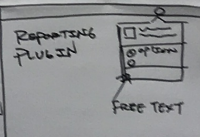
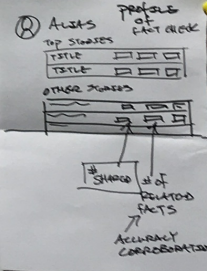
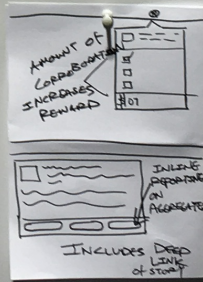


# DISTRIBUTED STORIES



Fact checking  
 Delivery  
 Marketplace

SECURE PORTAL  
 FOR PEOPLE TO REPORT  
 AND VERIFY  
 DISINFORMATION





WHO CAN BE ALLOWED TO VERIFY TRUTH OF REPORTED INFO?

HOW CAN WE PROTECT THEIR IDENTITIES?

WHAT ARE THE MECHANISMS BY WHICH USERS CAN REPORT SUSPECTED DISINFO?

- FB - TWITTER - FORM ON WEB

CAN WE REWARD USERS FOR REPORTING VERIFIABLY FALSE INFO?

- POINTS - MICRO\$ - EXCLUSIVE NEWS OUTLET ACCESS

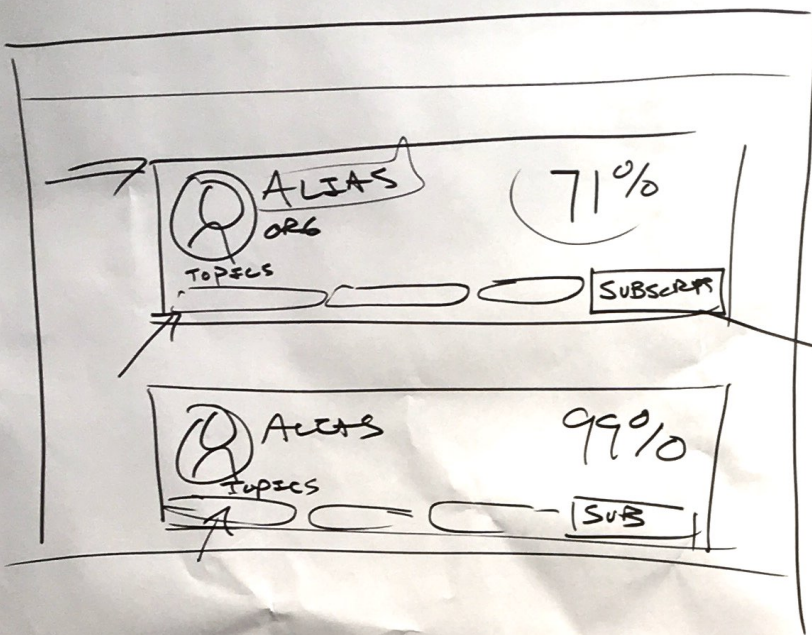
FOR CASUAL USERS OF MARKETPLACE/PORTAL - WHAT ARE THE WAYS THEY CAN SHARE FACT CHECKS BACK TO THEIR ONLINE COMMUNITIES?

- SOCIAL MEDIA SHARING: [f] etc

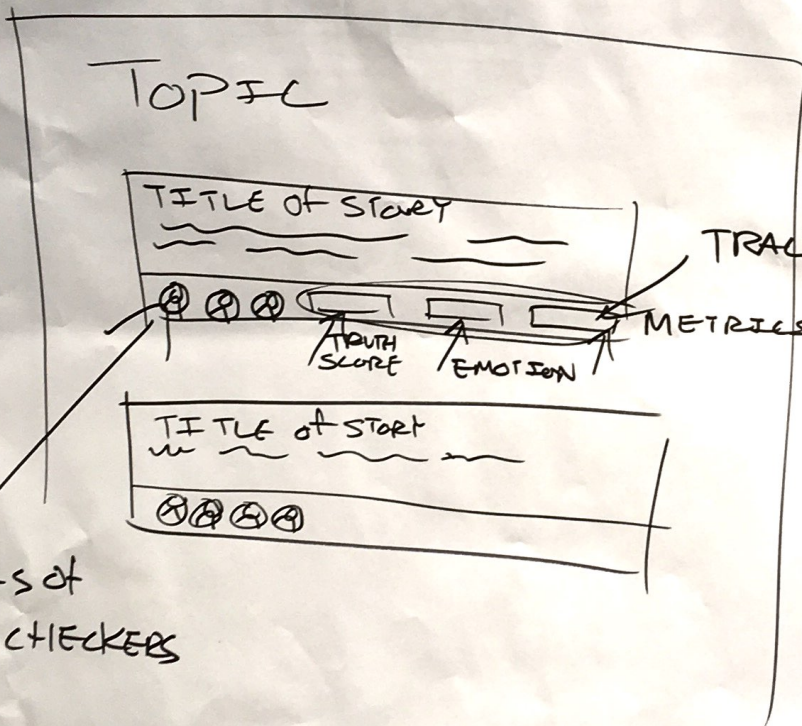
HOW CAN WE PROTECT THIS PORTAL AGAINST ONLINE ATTACKS? (DDOS, etc)



# FACT CHECKER LIST of PEOPLE



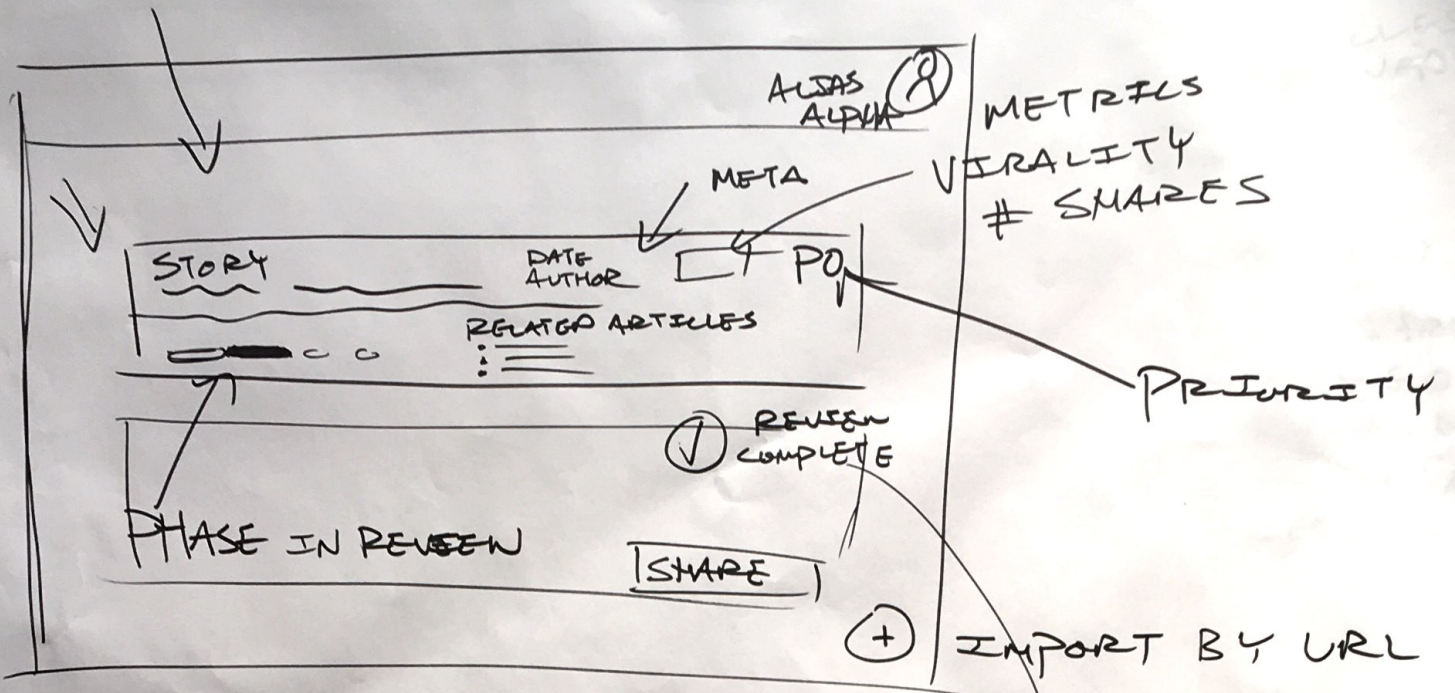
FEED of NEWS STORIES  
ALREADY CHECKED BY  
THIS CHECKER ALIAS



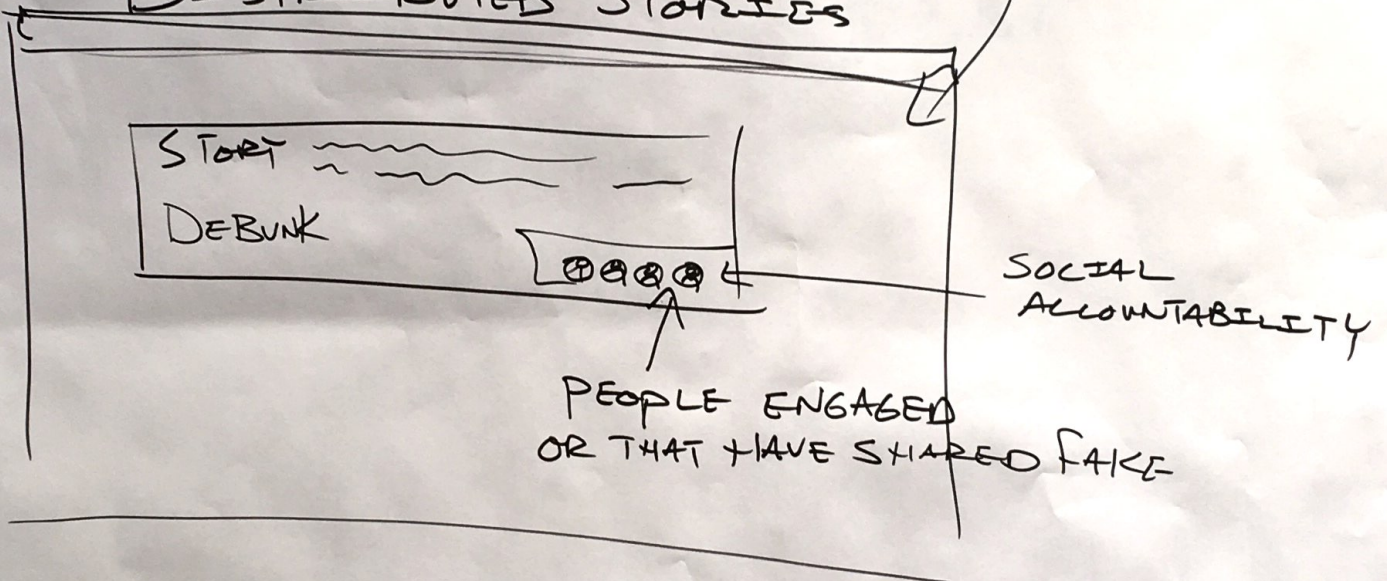
ALIAS of  
FACT CHECKERS



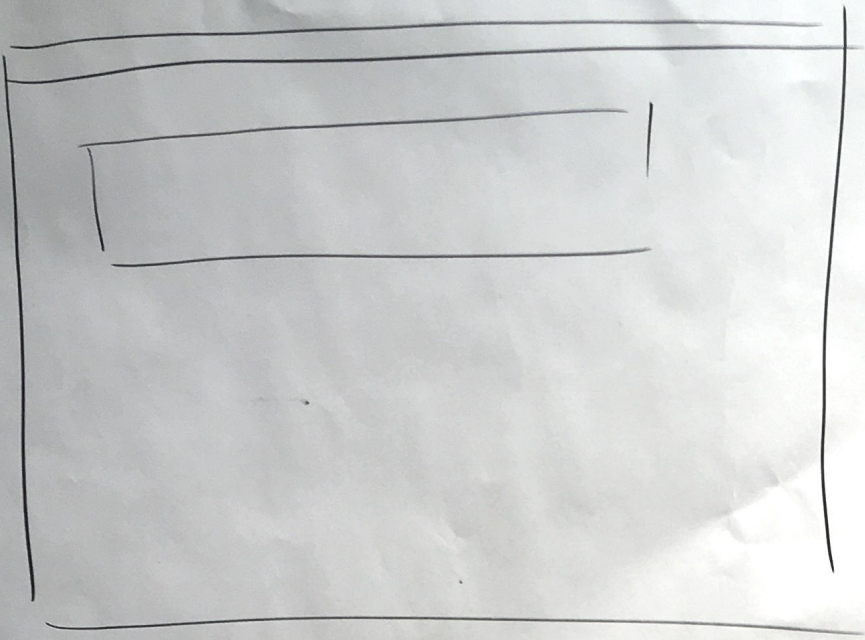
# FACT CHECKER QUEUE



## DISTRIBUTED STORIES







- IMPACT
  - ARTICLES REMOVED
- #SHARES
- REPUTATION
  - FAKES FREE
  - HYGIENE OF SOCIAL NETWORK
  - HOW MANY FAKES DETECTED

I SPONSOR FACT CHECKING  
BY DONATING TO → FACT CHECKERS A, B, C  
→ DISTRIBUTORS  
→ Content Managers



# НАСТУПНІ КРОКИ | NEXT STEPS



**Назва проекту | Project name**

Інформаційний антівірус

**Ціль проекту | Project goal**

Ідентифікація пропаганди

**Хто бере участь | Participants**

Module Software

**Мої (наші) наступні кроки | My (Our) next steps**

ЩО   WHAT	ХТО   WHO	КОЛИ WHEN
Доопрацювання алгоритмів/механізмів ідентифікації.		
Альфа - Тестування.		

**Дата і місце наступної зустрічі**

Date and place of next meeting

**Контактна особа | Contact Person**

(Ім'я та прізвище, тел., e-mail)

Igor Pavlov

066 1178111

igor.pavlov.wn@gmail.com



data

# Source of fact-checked info?

- fact checking scheme
- crowdsourcing
- crawl for websites
- investigative journalism com. and media watchdogs

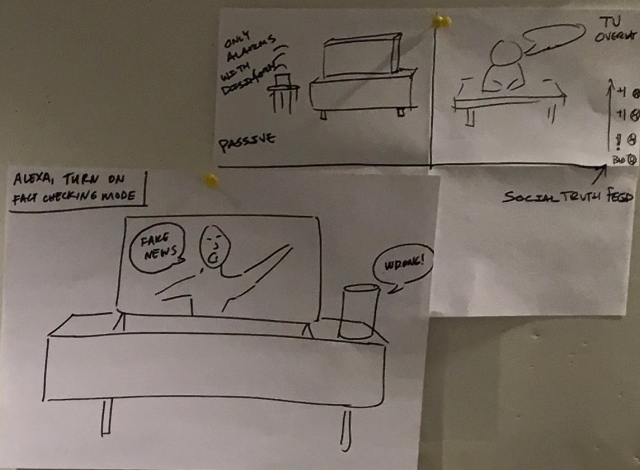
## Triggering logic

- existence of fact checks
- emotional manipulation markers
- news outlet reputation

## UI treatment

- tv channel / program truthiness score (reputation)
- notification
  - ↳ on phone
  - ↳ on listening home devices (echo)
- alerting engine about new FC of things you listened to

# FIGHT DISINFORMATION ON TV & RADIO





# acquisition & onboarding

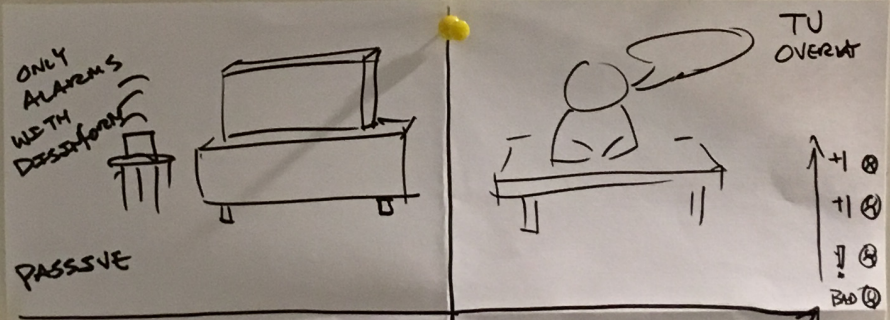
- android default behavior
- OETIs / CARRIER pre-installed app
- good networks would promote app on their own
- financial rewards for installing
- "guardian" on pre-installed popular messaging apps
- Ad-Blockers that block disinformation
- national 'Fake news' day
  - Fun, gamified, etc. (tests, games, etc.)

## Vehicle

- Smartphones
- Amazon Echo & Google Home
- Smart watches
- Smart Cars



# FIGHT DISINFORMATION ON TV & RADIO



ALEXA, TURN ON  
FACT CHECKING MODE



SOCIAL TRUTH FEED



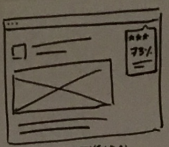
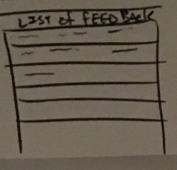
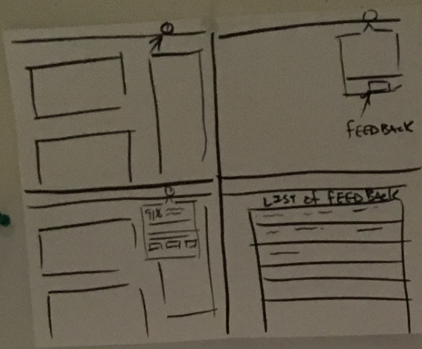
(IREX)

Learn to Discern

INFO-MEDIA LITERACY

[jwhittingham@irex.org](mailto:jwhittingham@irex.org)



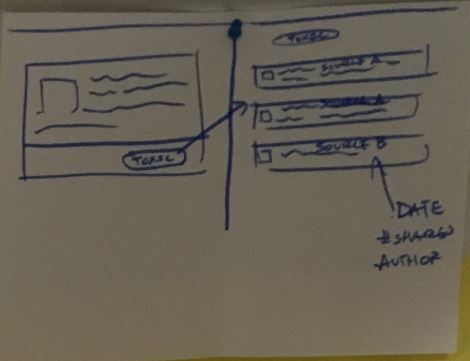


LIST OF ALL SITES

WEBSITE 1	88%
WEBSITE 2	75%
WEBSITE 3	65%
WEBSITE 4	55%
WEBSITE 5	48%

DRILL DOWN PER ARTICLE

WEBSITE 1	88%
WEBSITE 2	91%
WEBSITE 3	92%
WEBSITE 4	89%
WEBSITE 5	93%



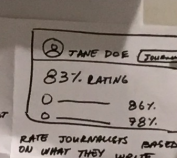
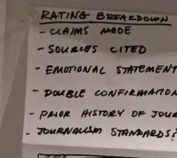
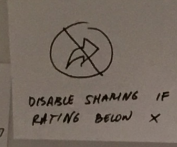
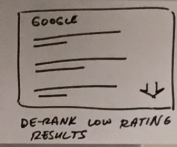
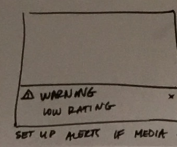
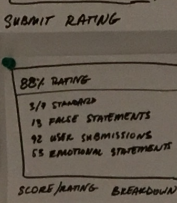
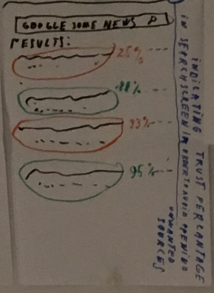
# CHROME/BROWSER MEDIA RATINGS

NEWS OUTLET A

10%
15%
18%

NEWS OUTLET B

9%
10%
75%



RATE JOURNALISTS BASED ON WHAT THEY WRITE

83% RATING

0	86%
1	98%

RATE FRIENDS BASED ON WHAT THEY SHARE

57% RATING

0	6%
1	48%

ROTTEN TOMATOES FOR NEWS OUTLETS

FOURSQUARE FOR NEWS

TOXIC TAG

Tools to detect Hybrid Fake news

Check as inaccurate? Ctrl+C Hyperlinks Check inside article

GREEN LABEL FOR WEBSITES without disinformation content

GENERATING CODE of BANNER REVIEW with data

Use of contributing is full spread on Twitter with fake profiles

Provide feed back was this ok ✓ X

PUBLISH RATING CRITERIA PUBLICLY

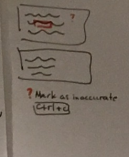
OPEN SOURCE CRITERIA DEFINITION

CREDIT SCORE BUT FOR MEDIA/NEWS

Media ratings should be included as one of metrics for search engine rates

Reported ratings

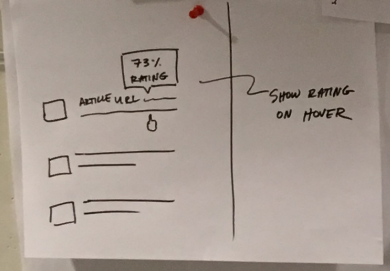
- Useful if someone is spreading disinfo on Twitter
- Users are those who are shared by lots & fake sources



Location-specific vocabulary of fake news

Criteria of detection

- Headlines that don't correspond to content
- Use of fake news vocabulary
- Moves by bots

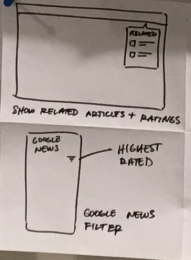


ANIMATING TOOLS OF FAKE NEWS

- Twitter
- Facebook
- WhatsApp
- Telegram
- YouTube
- LinkedIn
- Instagram
- Nextdoor
- Facebook Messenger
- WhatsApp
- Telegram
- YouTube
- LinkedIn
- Instagram
- Nextdoor

Tools and bots use

- Twitter
- WhatsApp
- Facebook
- Telegram
- YouTube
- LinkedIn
- Instagram
- Nextdoor



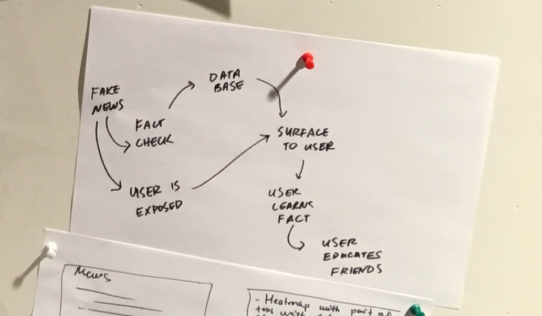
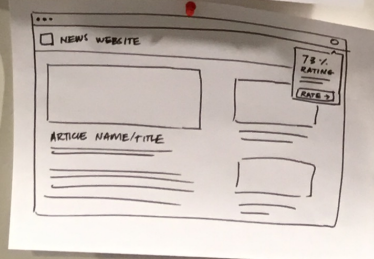
Fake news glossary/vocabulary

Incorporate list of short explainers to correct data

Use open source data from sites like Wikipedia, World Bank, Government sites to data on economy - not to be manipulated

What if a trustworthy media publishes/reposts FAKE?

Problem: Limiting the story to the There are not only political news



Heatmap with part of that with attentionally

- % of people read full
- % of positive news read
- Why manipulation works that approximates news users used for insurance (cost of search)





## Facilitation:

- Taras Tymchuk, [tymchuk@openspace.works](mailto:tymchuk@openspace.works), [openspace.works/tarastymchuk](https://openspace.works/tarastymchuk)
- Oleksandra Tselishcheva, [tselishcheva@openspace.works](mailto:tselishcheva@openspace.works)

**Open Space Works Cooperative:** [openspace.works/cooperative/](https://openspace.works/cooperative/)

**More Open Space Reports:** [openspace.works/reports](https://openspace.works/reports)